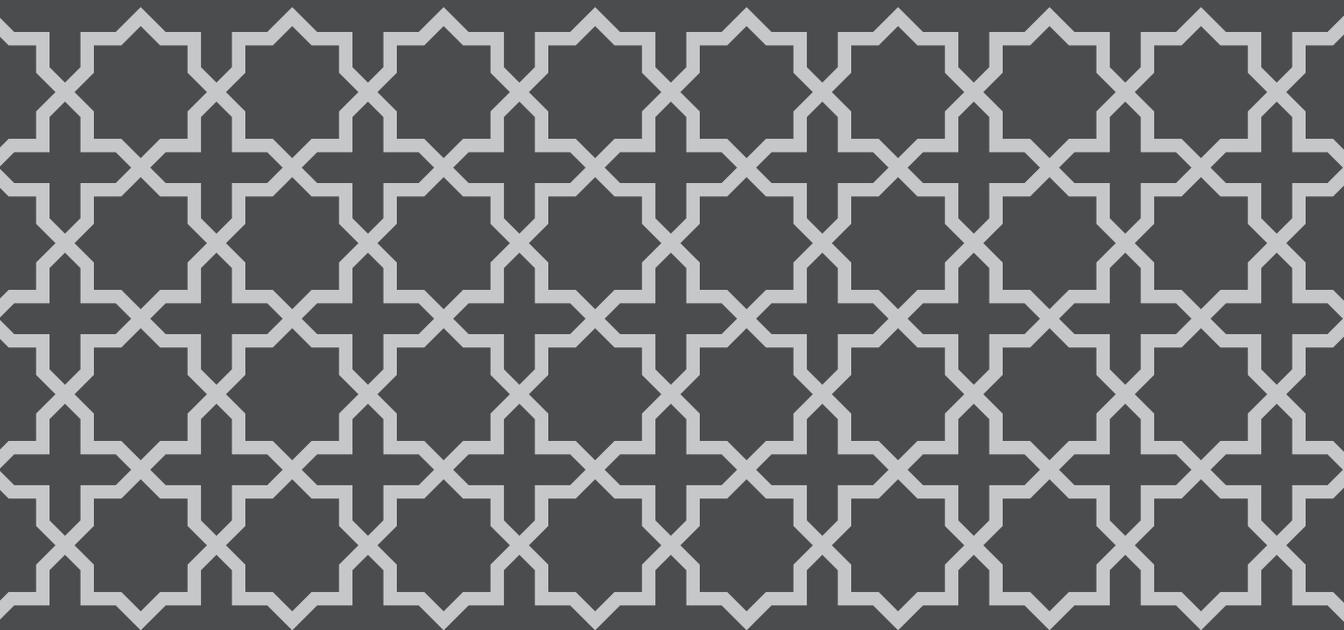


DAVIDE TORTORICI, 851744

VEDERE L'ISLAM

VISUAL FRAMING DELL'INFORMAZIONE
GIORNALISTICA ONLINE IN ITALIA

POLITECNICO DI MILANO, SCUOLA DEL DESIGN
Corso di Laurea Magistrale in DESIGN DELLA COMUNICAZIONE
Relatore: MATTEO CIASTELLARDI
Anno Accademico: 2016/2017



POLITECNICO DI MILANO, SCUOLA DEL DESIGN
Corso di Laurea Magistrale in DESIGN DELLA COMUNICAZIONE
Relatore: MATTEO CIASTELLARDI
Candidato: DAVIDE TORTORICI
Anno Accademico: 2016/2017
Aprile 2018

VEDERE L'ISLAM

VISUAL FRAMING DELL'INFORMAZIONE
GIORNALISTICA ONLINE IN ITALIA

RINGRAZIAMENTI

Desidero ringraziare, innanzitutto, **Matteo Ciastellardi**, professore e relatore che mi ha guidato in questi mesi e ha permesso la realizzazione di una tesi un po' fuori dagli schemi.

Un sentito ringraziamento va ad **Antonio Cuciniello**, **Rania Ibrahim**, **Nibras** e **Mahmoud Asfa** e **Sherif El Sebaie** per il tempo dedicatomi e per le conoscenze e le speranze che hanno voluto condividere con me.

Ringrazio, inoltre, **Rossana** per aver scovato le virgole fuori posto, **Giulia** per essere stata la mia consulente grafica di fiducia e **Ben** e **Pamela** per il supporto linguistico.

Infine, meglio tardi che mai, un ringraziamento va ad **Emanuele** e **Federica** che mi hanno offerto un prezioso aiuto nelle ultime fasi di preparazione della tesi di laurea triennale.

ABSTRACT

Numerosi studi confermano che i mezzi di comunicazione di massa, soprattutto in Occidente, contribuiscono a delineare il pensiero dell'opinione pubblica nei confronti della religione islamica e della comunità musulmana.

In Italia, la letteratura sull'argomento si limita a poche indagini che comprovano i risultati delle ricerche condotte in altri paesi europei e, soprattutto, negli Stati Uniti d'America. Nel nostro paese, come all'estero, l'Islam è raccontato attraverso categorie rappresentative ben definite e monolitiche, dalle donne che indossano il velo islamico agli uomini rigorosamente in preghiera, senza tralasciare il sempre presente collegamento al terrorismo.

Attraverso il *visual framing*, una metodologia che consiste nell'analisi del contenuto di gruppi di immagini per l'individuazione di frame comunicativi, la presente tesi si configura come un percorso teso a definire le dimensioni quantitative e qualitative della rappresentazione visiva dell'Islam nell'informazione giornalistica online italiana. Dopo aver definito e segmentato un arco temporale di rilevamento, si è deciso di sviluppare l'analisi partendo da una serie di quotidiani digitali, data la sempre maggiore importanza che tali media rivestono nella società oggi e considerata la semplicità con cui possono fornire dataset testuali e visuali.

Per capire come il progettista della comunicazione possa intervenire per agevolare la comunicazione e la rappresentazione di fenomeni sociali e culturali spesso stereotipati e fraintesi e contribuire, così, ad un'informazione di qualità, i risultati dell'analisi condotta sono stati illustrati e discussi mediante interviste con esperti e conoscitori della religione islamica in Italia. Esito di tale confronto e dell'applicazione del visual framing è la stesura di raccomandazioni utili a chiunque volesse approcciare il tema della comunicazione, visiva e non, dell'Islam e di fenomeni identitari, culturali o religiosi affini.

Numerous researchers confirm that mass media, especially in the Western world, contribute to shape the public opinion of Islam and the Muslim community.

In Italy, the reference literature is limited, yet it confirms the results of studies conducted by scholars in other European countries and in the United States. In this country, as well as abroad, Islam is described through recurrent and monolithic representative categories, from the veil-wearing women to the forever-praying men, not to mention the ever-present connection to terrorism.

Through *visual framing*, a methodology which allows communicational frames to be identified by analysing clusters of pictures, this work aims to define quantitative and qualitative aspects of the visual representation of Islam in the online Italian news. For the analysis, a relevant time period was considered and major digital newspapers were selected, given the growing influence that these media have on today's society and its ease of access to visual and textual dataset.

In order to understand how the communication designer can organize a methodology which facilitates the communication and representation of often stereotyped social and cultural phenomena and, thus, contribute to quality information, the results of the analysis were discussed in interviews with experts of Islam in Italy. Finally, the application of visual framing and the interviewees' insights led to create a list of recommendations, useful to those who need to approach the communication of Islam and other similar social and cultural issues.

INDICE

| | | |
|----------|--|-----------|
| | INTRODUZIONE | 10 |
| 1 | PANORAMICA DELL'ISLAM IN ITALIA | 14 |
| | Presenza dei musulmani in Italia | 16 |
| | L'associazionismo islamico | 17 |
| | Il percorso verso un'intesa | 18 |
| | Questioni rilevanti | 19 |
| 2 | L'ISLAM NEI MEDIA OCCIDENTALI | 22 |
| | Sull'islamofobia e le sue cause | 24 |
| | Fattori storici e politici alla base dell'immagine negativa dell'Islam | 26 |
| | L'Orientalismo di Said | 31 |
| | Lo scontro di civiltà di Huntington | 32 |
| | Il ruolo dei media | 32 |
| | Temi ricorrenti nella narrazione dell'Islam | 33 |
| | Casi studio | 34 |
| | L'Islam a Hollywood | 36 |
| | Il profilo della donna musulmana | 38 |
| | Possibili soluzioni | 41 |
| | La situazione in Italia | 42 |
| 3 | FRAMING E VISUAL FRAMING | 48 |
| | Framing: teorie e definizione | 50 |
| | Frame dei media e degli individui | 52 |
| | Individuare i frame | 52 |
| | Tipi di frame | 54 |
| | Agenda-setting e priming | 54 |
| | Il ruolo delle immagini nel framing delle notizie | 58 |
| | Il visual framing | 59 |
| | La salienza delle immagini | 62 |
| | I livelli del visual framing | 62 |
| | Come funziona il visual framing [schema] | 66 |
| | Casi studio | 68 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 4 | VISUAL FRAMING DELL'ISLAM NELL'INFORMAZIONE GIORNALISTICA ONLINE IN ITALIA | 78 |
| | Il visual framing applicato al fenomeno dell'Islam in Italia | 80 |
| | Obiettivi e ipotesi d'indagine | 80 |
| | La scelta dell'informazione giornalistica online | 80 |
| | Selezione dei giornali | 82 |
| | Periodo di riferimento | 82 |
| | Notizie sull'Italia e sull'Unione europea | 83 |
| | Selezione di quotidiani e portali d'informazione online [tabella] | 84 |
| | Raccolta di dati | 86 |
| | Individuazione di macrocategorie per argomento | 88 |
| | Immagini per macrocategoria: Italia e Unione europea [tabella] | 90 |
| | Analisi delle immagini | 92 |
| | Risultati per l'Italia | 96 |
| | Non solo immagini: i titoli de Il Giornale.it e La Stampa.it [approfondimento] | 102 |
| | Risultati per l'Unione europea | 166 |
| | Conclusioni: risposte a obiettivi e quesiti di partenza | 192 |
| 5 | RACCOMANDAZIONI PER LA COMUNICAZIONE DELL'ISLAM E DI FENOMENI SOCIO-CULTURALI AFFINI | 202 |
| | Come può agire il progettista della comunicazione? | 204 |
| | La scelta delle interviste | 205 |
| | Domande delle interviste | 208 |
| | Intervista ad Antonio Cuciniello | 212 |
| | Intervista a Nibras Asfa | 217 |
| | Intervista a Rania Ibrahim | 224 |
| | Intervista a Mahmoud Asfa | 232 |
| | Intervista a Sherif El Sebaie | 240 |
| | Interviste in breve | 246 |
| | Verso una metodologia per agevolare il processo di comunicazione | 248 |
| | Raccomandazioni per la comunicazione dell'Islam e di fenomeni socio-culturali affini | 249 |
| | Raccomandazioni [schema] | 256 |
| | POSSIBILI SVILUPPI | 258 |
| | GLOSSARIO | 260 |
| | BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA | 264 |
| | INDICE DELLE FIGURE E DEI GRAFICI | 271 |

INTRODUZIONE

O UOMINI, VI ABBIAMO CREATO
DA UN MASCHIO E UNA FEMMINA
E ABBIAMO FATTO DI VOI POPOLI E TRIBÙ,
AFFINCHÉ VI CONOSCESTE A VICENDA.

Corano 49:131¹

Il 28 settembre 2017, al Circolo della Stampa di Torino, ha luogo l'incontro intitolato *Islam e giornalismo: immagini, racconti e manipolazioni sui media italiani*. All'appuntamento sono presenti, tra gli altri, Laura Silvia Battaglia, giornalista e documentarista siciliana specializzata in Medio Oriente, Sherif El Sebaie, greco-egiziano, esperto di diplomazia culturale e politica e Tiziana Ciavardini, giornalista ed antropologa culturale che negli ultimi 12 anni ha vissuto e lavorato in Iran. Nel corso dell'incontro, i *panelist*, pur provenendo da background professionali differenti, delineano un quadro omogeneo della rappresentazione dell'Islam nei media italiani fatto di semplificazione e banalizzazione dei contenuti, termini scorretti, giornalismo "sineddotico" in cui la singola notizia diventa il pretesto per etichettare un'intera comunità e visione *orientalista* della religione islamica e dei musulmani.

Di fronte ad uno scenario così preoccupante, però, sono ancora pochi gli studi che indagano l'argomento della rappresentazione dell'Islam nei media in Italia. La letteratura è principalmente in lingua inglese e riguarda altri paesi europei

¹ Il Corano 49:13, traduzione di PICCARDO H.R., Newton Compton Editori, Roma, 2014, p. 449. Cit.

o il Nord America. Da qui, l'idea di un percorso di tesi che, attraverso gli strumenti del design e della sociologia, possa aiutare a comprendere il fenomeno attraverso un approccio teorico ed analitico e con un focus sulle immagini dell'informazione giornalistica online.

Una prima parte della dissertazione illustra in breve le caratteristiche e i numeri dell'Islam italiano: si tratta di paragrafi non indispensabili ai fini della tesi, ma che aiutano a capire al meglio termini, personalità e realtà presi in considerazione nei capitoli successivi.

Una seconda sezione approfondisce le fondamenta storico-politiche dell'immagine negativa dell'Islam nel mondo cosiddetto "occidentale" e le teorie più celebri formulate per cercare di spiegare il fenomeno.

Il terzo capitolo è dedicato alle teorie e alle pratiche del *framing* e, in particolare, del *visual framing*, una metodologia che consiste nell'analisi del contenuto di gruppi di immagini per l'individuazione di *frame* comunicativi (o cornici di interpretazione).

Nel quarto capitolo, quindi, il visual framing è applicato ad un totale di circa 1.500 immagini estratte da articoli sull'Islam e sui musulmani in Italia e in Europa pubblicati da 36 canali d'informazione online italiani tra testate giornalistiche digitali, portali web di agenzie stampa e siti aggregatori di notizie. I risultati dell'analisi, visualizzabili attraverso grafici e tabelle, restituiscono un'immagine dell'Islam italiano basato su specifiche categorie di rappresentazione, dalle donne velate e anonime agli uomini genuflessi in preghiera, da Papa Francesco come simbolo del dialogo interreligioso a terroristi

e radicalizzati islamisti in foto segnaletiche. Tali dati, inoltre, confermano almeno in parte i risultati di studi precedenti, italiani e non.

I risultati dell'analisi di visual framing vengono, quindi, mostrati e discussi tramite interviste con esperti della religione islamica in Italia e membri autorevoli della comunità musulmana. Lo scopo è quello di affiancare alla dimensione quantitativa della rappresentazione dell'Islam nei media, un'analisi critico-culturale di chi conosce a fondo il fenomeno. In questa quinta ed ultima parte, sulla base dei risultati ottenuti grazie al visual framing e alle interviste, la tesi descrive le potenzialità del progettista della comunicazione nel contribuire ad un'informazione di qualità e nel razionalizzare una metodologia in grado di agevolare la comunicazione e la rappresentazione dell'Islam e di quei fenomeni sociali e culturali spesso stereotipati e fraintesi. Esito del processo è la stesura di alcune raccomandazioni utili al progettista, ma non solo, per affrontare al meglio la questione e collaborare affinché i media cessino di costruire una realtà di "seconda mano"² e diventino, prima di tutto, un mezzo di conoscenza di quella parte della società che banalmente definiamo come "altro".

² BRUNO M., *L'islam immaginato. Rappresentazione e stereotipi nei media italiani*, Guerini e Associati, Milano, 2008, p. 46.



Grande Moschea di Roma
PAOLO PORTOGHESI, 1984-1995
[I. Zaccagnini]



PANORAMICA DELL'ISLAM IN ITALIA

1.1 Presenza dei musulmani in Italia

Se escludiamo il momento storico dell'espansione islamica nel Mediterraneo (dal VII secolo d.C.), che culmina con l'occupazione della penisola iberica e la conquista della Sicilia (827-1091 d.C.), la presenza di musulmani in Italia è quasi nulla fino agli anni '60 dello scorso secolo¹. Il periodo del boom economico vede una prima fase dell'immigrazione di musulmani in Italia: si tratta principalmente di studenti levantini (palestinesi, siriani, giordani) che vogliono completare i loro studi nella Penisola e uomini mediorientali in genere in cerca di lavoro². Tra le città più ambite vi è Napoli, con la storica Università degli Studi "L'Orientale", «avamposto per gli studi sui paesi arabi.³» Le genti nordafricane, principalmente marocchini, cominciano ad affluire in Italia negli anni '70 in cerca di lavoro, mentre gli anni '90 si caratterizzano per una forte immigrazione albanese. Più recente è l'insediamento di pachistani e bengalesi⁴.

Le comunità più numerose sono anche quelle "storiche", e sono integrate nel tessuto sociale ed economico italiano, soprattutto nelle regioni del nord⁵.

Sul numero di musulmani residenti in Italia, però, esistono stime differenti;

Musulmani residenti in Italia per principali cittadinanze⁶

| | |
|------------|---------|
| Marocco | 424.300 |
| Albania | 214.300 |
| Bangladesh | 99.700 |
| Pakistan | 94.400 |
| Tunisia | 94.400 |
| Egitto | 93.500 |
| Senegal | 84.500 |

Province italiane per numero di cittadini musulmani⁷

| | |
|---------|---------|
| Milano | 118.342 |
| Roma | 89.748 |
| Brescia | 73.861 |
| Bergamo | 58.365 |
| Torino | 53.007 |
| Bologna | 43.106 |

incrociando i dati del Pew Research Center con quelli dell'Istat, al 1° gennaio 2015 se ne contano

2.520.000

circa il 4% dell'intera popolazione residente in Italia⁸.

In ogni caso, il dato non è certo: vengono considerati musulmani tutti coloro che provengono da un paese a maggioranza islamica (i cosiddetti "musulmani sociologici"), senza tenere in conto pratiche religiose differenti, grado di osservanza religiosa, atei o agnostici⁹.

¹ *Islam in Italia*, Wikipedia, l'enciclopedia libera, URL consultato il 10 marzo 2018, it.wikipedia.org/wiki/Islam_in_Italia.

² *Ibidem*.

³ SALES I., *A Napoli islam e popolo si fondono*, in "Limes", n. 1 (2018), p. 137. Cit.

⁴ *Islam in Italia*, Wikipedia, l'enciclopedia libera.

⁵ CIOCCA F., *Quanti sono i musulmani in Italia? Stime, analisi e proiezioni*, in "Le Nius - si legge come si scrive", 22 agosto 2017, URL consultato il 10 marzo 2018, lenius.it/musulmani-in-italia/.

⁶ AA.VV., *Aspettando Averroè*, in "Limes", n. 1 (2018), p. 30, tabella 2.

⁷ GROPPI M., *Brescia, 'capitale islamica' d'Italia*, in "Limes", n. 1 (2018), p. 160, tabella 1.

⁸ MENONNA A., *La presenza musulmana in Italia*, Fondazione ISMU, 2016, p. 1, URL consultato il 10 marzo 2018, ismu.org/2016/07/la-presenza-musulmana-in-italia/.

Dei circa 2,5 milioni di musulmani in Italia, il 43% ha cittadinanza italiana e il 57% è di nazionalità straniera⁹. La popolazione musulmana in Italia, comunque, è ben lontana dall'essere omogenea e raccoglie individui di 48 nazioni differenti¹⁰. A differenza della situazione di altri paesi europei (vedi i nordafricani in Francia, i turchi in Germania, i pachistani nel Regno Unito), «l'Islam italiano è un caleidoscopio,¹²» mentre, dal punto di vista delle correnti principali, circa il 98% dei musulmani in Italia sono sunniti¹³.

1.2 L'associazionismo islamico

La frammentarietà dell'Islam in Italia, combinata all'assenza di gerarchie intrinseche alla religione stessa (che non conosce un clero simile a quello del mondo cristiano-cattolico), rende difficile l'individuazione di figure di rappresentanza della comunità musulmana¹⁴. Esistono, però, diverse associazioni od organizzazioni nate nel corso degli anni per sopperire a tale problematica.

Una delle prime realtà è il Centro Culturale Islamico d'Italia. Esso ha sede nella Grande Moschea di Roma (1984-1995, la più grande in Europa

fino al 2012), l'unico ente islamico riconosciuto dallo Stato, la cui costruzione è stata finanziata da fondi di diversi paesi arabi e, in particolare, di Marocco ed Arabia Saudita¹⁵. In ogni caso, la posizione geografica e lo stretto legame con governi stranieri impediscono al Centro Culturale Islamico d'Italia di diventare un organo di rappresentanza a livello nazionale¹⁶. A capo della moschea dal 2017 vi è il giovane Khalid Chaouki, che sostituisce la lunga presidenza di Abdallah Redouane.

Tra le organizzazioni più importanti e maggiormente rappresentate dai media vi è la COREIS (Comunità Religiosa Islamica Italiana), che si contraddistingue dalle altre perché gli associati sono principalmente italiani convertiti all'Islam. Proprio per questo motivo, essa non può dirsi rappresentativa della grande maggioranza dei musulmani in Italia, soprattutto immigrati o di origine straniera¹⁷. La COREIS nasce agli inizi degli anni '90 e l'attuale presidente è Yahya Sergio Yahe Pallavicini¹⁸.

La maggiore associazione islamica italiana è l'UCOII (Unione delle comunità e organizzazioni islamiche in Italia), che vede tra i fondatori Hamza Roberto Piccardo ed è attualmente presieduta da Izzeddin Elzir¹⁹.

⁹ CIOCCA F., *art. cit.*

¹⁰ *Ibidem.*

¹¹ *Ibidem.*

¹² CECCANTI S., *Islam e Stato in Italia*, in "Federalismi.it", n. 19 (2010), p. 3.

¹³ VIDINO L., *Islam, Islamism, and Jihadism in Italy*, in "Current Trends in Islamist Ideology", vol. 7 (2008), p. 8.

¹⁴ *Ivi*, p. 9.

¹⁵ *Ibidem.*

¹⁶ *Ibidem.*

¹⁷ *Ibidem.*

¹⁸ *Chi siamo*, COREIS, Comunità Religiosa Islamica Italiana, URL consultato il 18 marzo 2018, coreis.it/wp/chi-siamo/.

¹⁹ *Direttivo*, U.C.O.I.I., URL consultato il 18 marzo 2018, ucoii.org/direttivo/.

L'UCOII vede un primo nucleo di attività attraverso l'USMI, una piccola organizzazione di studenti musulmani prevalentemente giordani, siriani e palestinesi, che nasce a Perugia negli anni '60 ed assume posizioni vicine ai Fratelli Musulmani (organizzazione fondata in Egitto nel 1928 che promuove l'islamismo politico)²⁰. Nel 1990 l'USMI è incorporato dentro l'UCOII che, sin dalla sua formazione, mira a diventare il principale interlocutore dello Stato italiano per quanto riguarda le diverse comunità islamiche del Paese, in quanto non è dipendente da ambasciate o governi stranieri e si definisce, quindi, sostenitore di un "Islam delle moschee" e non di un "Islam degli stati"²¹.

L'UCOII, però, è stata spesso accusata di perseguire gli obiettivi dei Fratelli Musulmani e, di fatto, di non distinguere tra religione e politica, tra sfera pubblica e privata²². Per questo motivi, l'organizzazione fatica ad essere riconosciuta come prima realtà dell'Islam in Italia da parte dello Stato.

1.3 Il percorso verso un'intesa

L'Islam è la seconda religione in Italia per numero di fedeli ma, a differenza delle altre maggiori confessioni religiose (Buddismo, Induismo, Ebraismo, Chiesa Evangelica Valdese, etc.),

non ha un'intesa che ne regoli i rapporti con lo Stato italiano secondo quanto definito dall'articolo 8 della Costituzione. Come abbiamo visto, le cause sono da ricercare nella disomogeneità dell'Islam in Italia, sia in termini di fedeli che di organizzazioni, ma anche nell'opposizione di alcune forze politiche di destra²³. Per ovviare alla mancanza di un'intesa, nel 2005 l'allora ministro dell'Interno Giuseppe Pisanu (2002-2006) guida l'istituzione di una *Consulta per l'Islam italiano*, composta da 16 membri (tra laici e religiosi) rappresentativi di 12 diverse nazioni e delle associazioni (tra cui COREIS ed UCOII)²⁴. Pareri contrastanti tra le diverse realtà in gioco portano, però, ad un nulla di fatto fino e alla creazione, nel 2008, di una parallela *Federazione dell'Islam italiano* da parte di alcuni esponenti (UCOII esclusa) che vogliono negoziare con il Ministero²⁵. Il fallimento di questi progetti spinge alla ricostituzione di una consulta nel 2010, con il nome di *Comitato per l'Islam italiano* e voluta dal ministro Maroni (2008-2011): in questo caso, l'UCOII viene esclusa e la mancanza di un'adeguata rappresentatività rende il Comitato inattivo²⁶.

Il silenzio è spezzato con l'istituzione di un *Tavolo permanente di consultazione* da parte del ministro dell'Interno

²⁰ VIDINO L., art. cit., p. 10.

²¹ L'Unione delle Comunità Islamiche d'Italia (UCOII), Le religioni in Italia, URL consultato il 18 marzo 2018, cesnur.com/islam-e-i-movimenti-di-matrice-islamica-in-italia/Unione-delle-comunita-islamiche-ditalia-ucouii/.

²² VIDINO L., art. cit., p. 11.

²³ Ivi, p. 12.

²⁴ Ivi, p. 15.

²⁵ Ivi, p. 16.

²⁶ *Consulta per l'Islam italiano*, Wikipedia, l'enciclopedia libera, URL consultato il 18 marzo 2018, it.wikipedia.org/wiki/Consulta_per_l'Islam_italiano.

Angelino Alfano (2013-2016) ed il successivo *Consiglio per le relazioni con l'Islam*, nel 2016. Infine, proprio attraverso il Consiglio composto dai rappresentanti di diverse organizzazioni (tra cui Piccardo per l'UCOII, Pallavicini per la COREIS e Redouane per il Centro Culturale Islamico d'Italia), con il ministro Minniti (2016 - in carica) viene firmato il *Patto nazionale per un Islam italiano*, nella speranza che esso rappresenti un passo concreto verso un'intesa. Il Patto riguarda diversi aspetti, tra cui il contrasto di fenomeni di radicalismo religioso, la formazione degli imam e le loro relazioni con le Istituzioni, i sermoni del venerdì tradotti in italiano, la promozione di luoghi di culto adeguati e, ovviamente, l'impulso verso il raggiungimento di un'intesa ufficiale tra Islam e Stato italiano²⁷.

1.4 Questioni rilevanti

L'Italia non è immune dal sentimento anti-islamico diffusosi nel mondo occidentale (per una migliore comprensione del fenomeno, vedi il *capitolo 2*). Le cause sono diverse: dagli avvenimenti dell'11 settembre 2001 ad una faziosa o incorretta comunicazione da parte dei mezzi di comunicazione locali e nazionali, dal perpetuarsi di attentati terroristici di matrice islamista in Europa negli ultimi due decenni al recente flusso di immigrati da paesi a maggioranza musulmana verso l'Italia.

Proprio sull'immigrazione si basa una ricerca condotta nel 2017 da Massimo Introvigne, sociologo e fondatore del CESNUR (Centro Studi sulle Nuove Religioni):

“ «La ricerca [...] testa la nozione di "immigrazione percepita". Come c'è una temperatura reale e una percepita, così c'è una immigrazione reale e una che ci costruiamo nell'immaginario sociale. L'indagine condotta su un campione [di italiani] rappresentativo in Piemonte mostra che più della metà degli intervistati pensa che gli immigrati nella regione siano più del 20%, esattamente il doppio di quanti sono in realtà, 10%. Più interessante ancora è che oltre l'80% degli intervistati pensa che in Italia la maggioranza degli immigrati sia di religione musulmana, mentre in realtà gli immigrati musulmani sono il 32% contro un 54% di cristiani. [...] L'immigrazione percepita ha importanti conseguenze sociali e politiche [...] ed è alimentata da un massiccio fenomeno di *fake news* che forniscono informazioni errate sugli immigrati. [...] Le *fake news* demonizzano anche altre categorie e creano un percepito pericoloso e intollerante. [...] E in certi Paesi vale per le religioni considerate "straniere", di cui si lascia credere o si immagina che complottino contro l'integrità della nazione.²⁸ » ”

²⁷ *Patto nazionale per un Islam italiano*, Ministero dell'Interno, URL consultato il 18 marzo 2018, interno.gov.it/it/servizi-line/documenti/patto-nazionale-islam-italiano.

²⁸ *Quanti sono gli immigrati? Gli italiani non lo sanno*, in "La Stampa.it", 22 marzo 2017, URL consultato il 18 marzo 2018, lastampa.it/2017/03/22/vaticaninsider/ita/news/quanti-sono-gli-immigrati-gli-italiani-non-lo-sanno-3pqwg-7vodtalupphfdnej/pagina.html. Cit.

Inoltre, un'indagine condotta dall'Istituto di ricerca Pew del 2014 e ripetuta nel 2016 mostra come «i due terzi circa della popolazione italiana si dichiara poco favorevole alla presenza dei musulmani (passando dal 63% del 2014 al 68% del 2016).²⁹»

Altra questione di rilievo in Italia è quella del velo islamico. Quello più comune, sia in Italia che nel resto del mondo, è il *hijab*, un velo che copre testa e collo e lascia scoperto il viso di una donna. Al di fuori del valore culturale e/o religioso che il velo ha per le donne musulmane che lo indossano e delle critiche mosse da gruppi femministi e da esponenti della politica italiana, spesso si dibatte sulla legittimità di copricapi integrali come *niqab* e *burqa* (rari nel nostro Paese). Secondo la *legge Reale* del 1975 (*Disposizioni a tutela dell'ordine pubblico*), «È vietato l'uso di caschi protettivi, o di qualunque altro mezzo atto a rendere difficoltoso il riconoscimento della persona, in luogo pubblico o aperto al pubblico, senza giustificato motivo.³⁰» Sebbene, successivamente, siano stati presentati progetti di legge per introdurre il divieto d'utilizzo di *burqa* e *niqab*, questi oggi tendono ad essere fatti rientrare tra i "giustificati motivi" di carattere religioso o culturale previsti dalla legge Reale³¹. Infine,

secondo una sentenza del 2017 della Corte di giustizia dell'Unione europea, «le aziende private possono vietare ai loro dipendenti di indossare indumenti che siano "segni religiosi", come il velo islamico o un crocifisso al collo.³²» La sentenza è stata accolta con entusiasmo da giornali e partiti conservatori in Italia ed Europa, mentre ha suscitato diverse polemiche non solo nella comunità musulmana ma anche nella Chiesa Cattolica.

Indubbiamente, anche il fenomeno del terrorismo islamista contribuisce a plasmare l'opinione pubblica italiana nei confronti dell'Islam. Con Al Qaida prima e l'ISIS successivamente, sono diversi gli attentati terroristici perpetrati sul suolo europeo che hanno scosso, sebbene non colpito, anche l'Italia. Nel periodo tra gli anni '70 e '90, grazie alla vocazione industriale del nord Italia che attira molti immigrati da paesi a maggioranza musulmana, si insediano nell'area di Milano alcuni gruppi di ispirazione salafita (come l'egiziano *Gamaa Islamiya*) che operano illecitamente tramite l'ICI (Istituto Culturale Islamico di Milano). Il centro è coinvolto nella falsificazione di documenti (che permette a nuovi adepti di raggiungere l'Italia e l'Europa), nella radicalizzazione degli individui e opera come hub internazionale per il

²⁹ CIOCCA F., art. cit.

³⁰ Legge 22 maggio 1975, n. 152, Normattiva, URL consultato il 18 marzo 2018, normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1975-05-22;152.

³¹ C'è una "invasione" di musulmani in Italia?, in "Il Post", 18 aprile 2017, URL consultato il 18 marzo 2018, ilpost.it/2017/04/18/ce-una-invasione-di-musulmani-in-italia/.

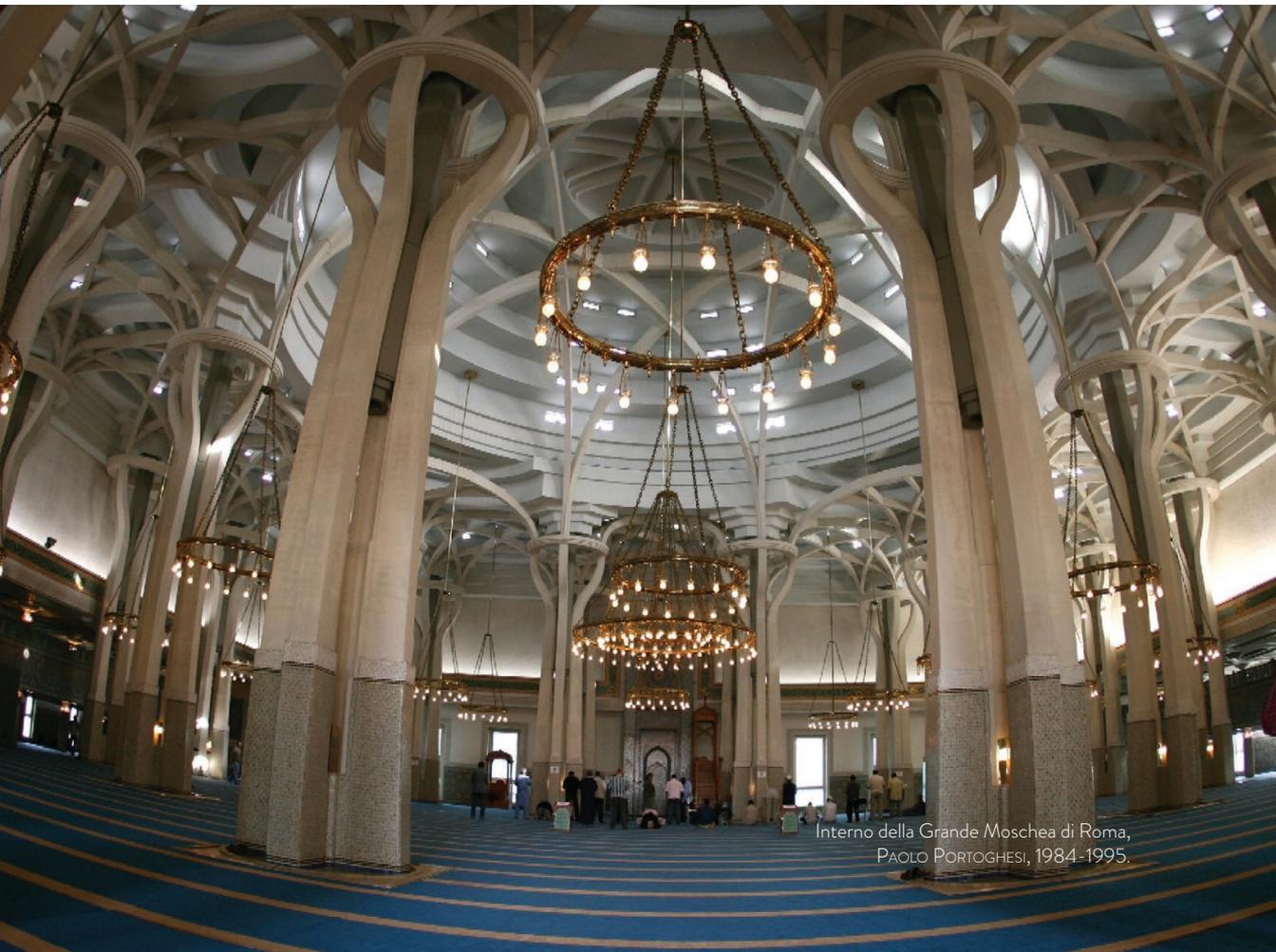
³² *Ibidem*.

³³ VIDINO L., art. cit., pp. 16-22.

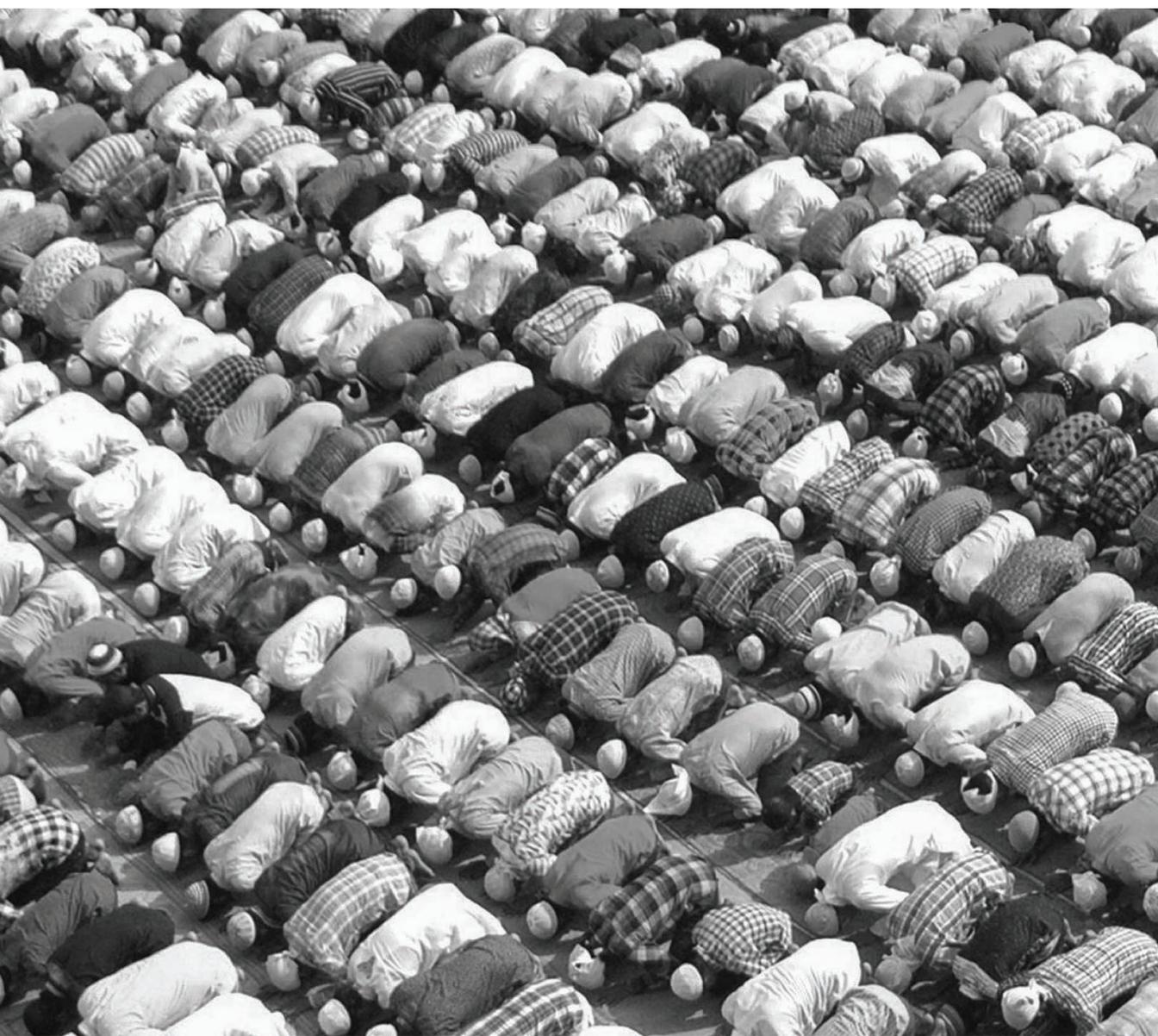
³⁴ *Processi di radicalizzazione e jihadismo*, Fondazione ISMU, URL consultato il 18 marzo 2018, ismu.org/2017/03/processi-di-radicalizzazione-e-jihadismo/.

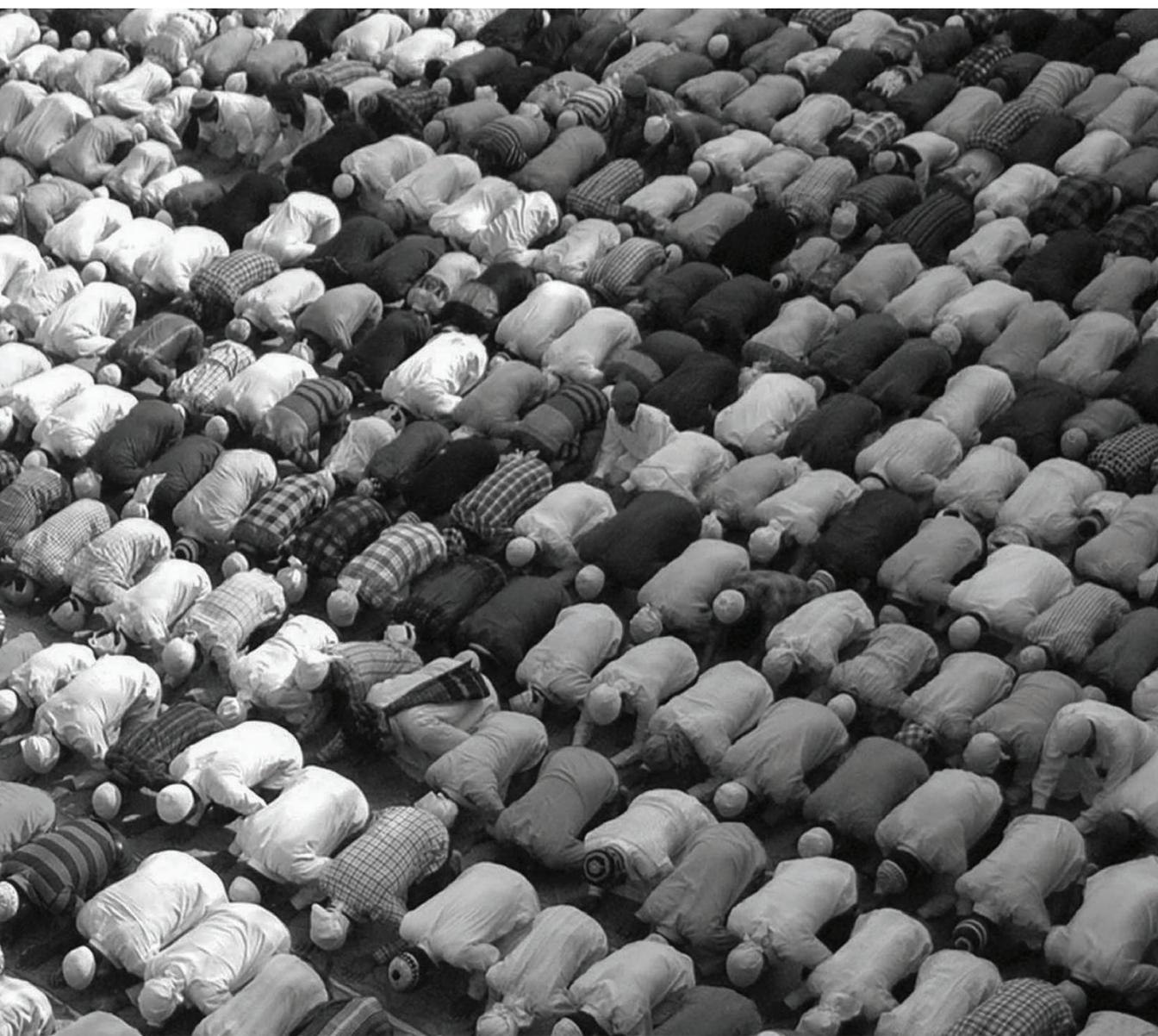
*ji*hadismo in Europa e non solo. Anni di investigazione da parte delle autorità italiane portano, nei primi anni 2000, allo smantellamento delle diverse reti di militanti³³. Con la nascita dello Stato Islamico nel 2013, però, si assiste ad un aumento di casi di radicalizzati islamisti, ovvero simpatizzanti e sostenitori del terrorismo di matrice islamista. Questi sono soprattutto giovani di "seconda generazione" (persone di origini extraeuropee nate e cresciute in paesi

occidentali): alcuni di loro si sono resi protagonisti di veri attentati terroristici, altri sono partiti alla volta della Siria per arruolarsi tra le fila dell'ISIS³⁴. Tuttora, le autorità competenti stanno svolgendo un approfondito lavoro di ricerca ed analisi per individuare soggetti radicalizzati (o a rischio) e limitare o prevenire tale fenomeno.



Interno della Grande Moschea di Roma,
PAOLO PORTOGHESI, 1984-1995.





L'ISLAM NEI MEDIA OCCIDENTALI

2.1 Sull'islamofobia e le sue cause

Per islamofobia si intende una «forte avversione, dettata da ragioni pregiudiziali, verso la cultura e la religione islamica.¹» Tale termine, diffusosi soprattutto nel terzo millennio, ottiene grande visibilità quando, nel 1997, viene pubblicato il report dal titolo *Islamophobia: A Challenge for Us All* della allora neonata Commissione sui musulmani britannici, organo istituito da Runnymede Trust (*think tank* britannico per l'uguaglianza sociale). Il documento identifica otto schemi comportamentali o di pensiero ai danni dei musulmani. In particolare, l'Islam è visto come:

- 1 una realtà monolitica, statica, indifferente ai cambiamenti;
- 2 una realtà separata, "altra", che non ha niente in comune con altre culture;
- 3 inferiore all'Occidente, cioè barbarico, irrazionale, primitivo e sessista;
- 4 violento, aggressivo, pericoloso, sostenitore del terrorismo e dello scontro di civiltà;
- 5 un'ideologia politica, utilizzata per scopi militari o politici;

- 6 una realtà che rigetta immediatamente ogni critica mossa dall'Occidente;

inoltre, l'ostilità nei confronti dell'Islam:

- 7 è usata per giustificare discriminazione ed esclusione dei suoi fedeli dalla società;
- 8 è vista, ormai, come un atteggiamento normale².

Come si può notare, l'islamofobia è un concetto che non riguarda solo la singola persona ma anche, e soprattutto, la popolazione. Per la prima volta, nel 1997, viene affrontata la questione dell'islamofobia in relazione alla popolazione musulmana di un paese europeo, il Regno Unito, e proprio attraverso questo lavoro Runnymede spingerà ad azioni tese a migliorare l'immagine dell'Islam nei media britannici³.

Il sentimento islamofobico, infatti, non nasce dal nulla, ma è anche frutto di una forte esposizione mediatica negativa. Secondo Benzehaf, i mezzi di comunicazione confondono e oscurano Islam e musulmani, invece di mostrare la loro vera natura⁴. Revell (2010) sostiene che quando non conosciamo adeguatamente un argomento, assimiliamo più facilmente informazioni e preconcetti veicolati dai media⁵.

¹ *Islamofobia*, Treccani, il portale del sapere, URL consultato il 15 febbraio 2018, www.treccani.it/vocabolario/islamofobia/.

² RUNNYMEDE TRUST, *Islamophobia: A Challenge for Us All*, The Runnymede Trust, Londra, 1997, p. 5.

³ *Commission on British Muslims*, Runnymede Trust, URL consultato il 15 febbraio 2018, www.runnymedetrust.org/projects-and-publications/past-projects/commissionOnBritishMuslims.html.

⁴ BENZEHAF B., *Covering Islam in Western Media: From Islamic to Islamophobic Discourses*, in "Journal of English Language Teaching and Linguistics", vol. 2, n. 1 (2017), p. 2. DOI:10.21462/jeltl.v2i1.33.

⁵ *Ibidem*.

Sono molti gli studi che conferiscono ai media un ruolo decisivo nella costruzione e diffusione dell'islamofobia: secondo Hafez, i mass media occidentali tendono a «caratterizzare l'Islam come una religione fanatica e violenta che [applica] la legge del taglione, reprime le donne e manifesta un netto antagonismo nei confronti delle idee occidentali di libertà, diritti umani e democrazia.⁶» Da un'analisi delle notizie sull'Islam pubblicate dal New York Times nel periodo successivo agli attentati dell'11 settembre 2001 al World Trade Center di New York, Alazzany (2008) individua violenza, pericolo e odio quali i temi ideologici dominanti nella rappresentazione dei musulmani, dipingendoli, in questo modo, come una minaccia per la stabilità mondiale⁷. Dall'analisi di 105 milioni di parole utilizzate in un famoso forum svedese tra il 2000 e il 2013, Törnberg e Törnberg (2016) mostrano come i termini "Islam" e "musulmano" vengano costantemente associati a violenza ed estremismo⁸. Oboler (2016), attraverso l'analisi qualitativa di 349 post su Facebook, scopre che i musulmani vengono descritti come manipolativi, disonesti ed un pericolo per l'Occidente⁹. Da uno studio pubblicato nel 2012, Allen ci informa che nel decennio successivo all'11 settembre i musulmani appaiono in luce negativa nel

91% della copertura mediatica dell'Islam sui giornali britannici¹⁰.

Sebbene il report di Runnymede Trust dimostri come tale sentimento negativo nei confronti dell'Islam fosse già presente negli anni '90, sono sicuramente gli attacchi terroristici dell'11 settembre 2001, perpetrati sul territorio statunitense da esponenti del movimento islamista Al Qaida, a rappresentare un drammatico punto di svolta nella comunicazione della religione islamica. Il fenomeno ottiene risonanza globale che, come descrive il linguista e filosofo Noam Chomsky, rende legittime forme di razzismo nei confronti dei musulmani sia negli Stati Uniti che in Europa: un razzismo che gli occidentali non sentono più la necessità di nascondere¹¹. Tant'è che nel 2010 Brian Kilmeade, presentatore per il canale americano Fox News, afferma nel corso di un dibattito televisivo che «Non tutti i musulmani sono terroristi, ma tutti i terroristi sono musulmani.¹²» Dopo l'11 settembre, il discorso ufficiale negli Stati Uniti, poi diffusosi nel resto del mondo, si basa su una differenza tra musulmani "buoni" e "cattivi" e, a meno che un musulmano non provi di essere dalla parte giusta, allora è sicuramente un cattivo musulmano (Mamdani, 2004)¹³. Dallo studio dei

⁶ HAFEZ K., *The West and Islam in the Mass Media: Cornerstones for a New International Culture of Communication in the 21st Century*, in "ZEI Discussion Papers", C 61, Center for European Integration Studies (2000), p. 5. Cit. (traduzione mia).

⁷ BENZEHAF B., *art. cit.*, p. 2.

⁸ *Ivi*, pp. 2-3.

⁹ *Ivi*, p. 3.

¹⁰ HUSSAIN A., *A Critical Discursive Analysis of British Media Representations of Islam and Muslims in the Manchester Evening News*, Manchester Metropolitan University, 2014, p. 2.

¹¹ ȘITĂRU L., *Stereotypes about Islam and media commentators' discourse after 9/11*, in AA.VV., *Romano-Arabica XII*, Editura Universității Din București, Bucarest, 2012, pp. 236-237.

¹² SHEA D., *Brian Kilmeade: 'All Terrorists Are Muslims'*, in "The Huffington Post", 15 ottobre 2010, URL consultato il 6 marzo 2018, huffingtonpost.com/2010/10/15/brian-kilmeade-all-terror_n_764472.html. Cit.

fedeli islamici che vivono in paesi occidentali, Richardson (2004) e Rigoni (2006) segnalano che i ripetuti giudizi negativi nei loro confronti aumentano il clima di ostilità, con conseguenti possibili attacchi fisici e verbali¹⁴.

Ovviamente, anche altri eventi degli ultimi anni (dalla nascita di nuovi gruppi terroristici come l'ISIS agli attacchi di matrice islamista nelle città europee) alimentano il sentimento islamofobico, insieme alla sovraesposizione mediatica. In particolare, in Occidente la mancanza di conoscenze nei riguardi dell'Islam rende il pubblico più vulnerabile alla comunicazione di quei pochi mezzi "ufficiali" che ne parlano (Awn, 2016)¹⁵. Dall'altro lato, Salem lamenta, da parte dei musulmani, un'insufficienza di controvalori che possano limitare la diffusione di false credenze; secondo lo studioso tunisino, il problema non risiede solo nella faziosità dei media occidentali ma anche nello stesso mondo arabo che permette di essere rappresentato in modo assai negativo. I 22 paesi membri della Lega Araba non adottano politiche tese alla costruzione e proposizione di un'immagine propria e differente da quella data dall'Occidente¹⁶. Inoltre, importanti organizzazioni musulmane negli Stati Uniti d'America, come CAIR e MPAC, non sembrano avere successo nell'educare l'americano medio all'Islam e nell'abbattere gli stereotipi¹⁷.

2.2 Fattori storici e politici alla base dell'immagine negativa dell'Islam

Se l'attacco al World Trade Center di New York rappresenta, per alcuni, il principale motivo di esplosione dell'islamofobia nelle società occidentali, le radici di tale avversione sarebbero ben più antiche. Fattori storici, politici e culturali si nascondono dietro alla rappresentazione ingannevole dell'Islam e dei suoi fedeli. Dopo la morte del profeta Maometto (632), il potere culturale, militare e religioso dell'Islam cresce enormemente: i musulmani conquistano le aree corrispondenti agli attuali Iran, Siria, Turchia, Egitto, Nord Africa, Sicilia e parte della Spagna. Storici come William Spencer (2004) e Tomaz Mastnak (2002) sostengono che durante le Crociate promosse dalla Chiesa Cattolica (1100-1400 d.C.), volte a riconquistare le terre perse nel Vicino Oriente a causa della conquista musulmana, l'Islam ottiene, per la prima volta, l'etichetta di nemico numero uno da parte del mondo cristiano¹⁸. L'ostilità tra musulmani e cristiani cresce nei secoli successivi con l'espansione territoriale dei turchi ottomani, genti provenienti dal centro Asia e convertite all'Islam. L'Impero ottomano (1299-1922) giunge a conquistare Costantinopoli, capitale dell'Impero romano d'Oriente, nel 1453 e ben presto con-

¹³ SITARU L., *art. cit.*, p. 237.

¹⁴ ZHANG Q., LI K., *On Studies of the Representation of Islam and the Muslims in West Media and Factors behind Misrepresentation*, in "Journal of Education and Culture Studies", vol. 1, n. 1 (2017), p. 80. DOI:10.22158/jecs.v1n1p69.

¹⁵ AL MANNAN F., SHAMRIR AL-AF S., *The role of Western mainstream media: how Islam is being branded as promoter of violence*, in "International Journal of Social Sciences", vol. 3, n.3 (2017), p. 433. DOI:10.20319/pjss.2017.33.424439.

¹⁶ SALEM H.B.H., *American Orientalism: How the Media Define What Average Americans Know about Islam and Muslims in the USA*, in "International Journal Of Humanities And Cultural Studies", vol. 2, n. 3 (2015), p. 8.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ ZHANG Q., LI K., *art. cit.*, p. 81.

Impero ottomano nel momento
di massima espansione, 1690 ca.



trolla buona parte dell'Europa centrale e balcanica. Il "nemico" islamico verrà bloccato solo nel 1683 con la battaglia di Vienna, in cui i militari turchi vengono sconfitti da una coalizione di eserciti cristiani. Questa costante presenza e minaccia islamica ai confini del mondo cristiano pone le basi, nel corso del tempo, per una visione stereotipata e fuorviante delle popolazioni musulmane. Il Cristianesimo non vede nell'Islam un'entità autonoma da indagare, ma l'esatto opposto, l'impostore per eccellenza¹⁹.

Dopo il 1683, gli imperi cristiani d'Europa stabiliscono la propria egemonia sul mondo musulmano. La Francia di Napoleone prima e gli inglesi dopo, impadronitisi di vaste aree del Medio Oriente, descrivono le popolazioni locali come passive, dispotiche e facili da dominare²⁰. L'egemonia europea vede il suo culmine nel periodo del colonialismo novecentesco, in cui l'immagine negativa ed immutata dell'Islam legittima la soggiogazione di vaste aree del mondo arabo da parte delle potenze europee²¹.

A differenza degli europei, gli Stati Uniti d'America non vantano una lunga storia di relazioni con l'Islam ma, inevitabilmente, ne ereditano l'immagine negativa. È solo nel secondo dopo-

guerra, con la fondazione dello stato di Israele e il crescente interesse per i vasti giacimenti di petrolio del Medio Oriente, che i cittadini statunitensi approfondiscono la conoscenza dell'Islam e dei musulmani²². Infatti, la rappresentazione che la superpotenza americana fa del mondo islamico, dalla Seconda Guerra Mondiale in poi, è strettamente legata alle relazioni politiche che gli USA intrattengono con i paesi arabi. Come afferma Chossudovsky (2007b) in Zhang e Li (2017), l'interesse per oro nero e gas naturali in Medio Oriente attira gli Stati Uniti in un'area sempre più militarizzata e, per ottenere supporto dai propri cittadini, spinge il Paese a "demonizzare" il nemico: così, i musulmani vengono rappresentati come terroristi e gli stati mediorientali come corrotti²³. Altri studiosi, come Brands (1994) e Mamdani (2004), sostengono che una seconda causa dell'interesse dell'America per il Medio Oriente è la volontà di limitare la presenza dell'Unione Sovietica (e la Federazione Russa dopo) nell'area: così, gli USA avrebbero fomentato, a proprio vantaggio, versioni estreme dell'Islam politico contro la presenza russa in paesi come Pakistan e Afghanistan²⁴. Sayyed (1997) afferma che, con la dissoluzione dell'Unione Sovietica nel 1991, gli Stati Uniti vedono un nuovo nemico numero uno nella religione isla-

¹⁹ PANDOLFI ELMI G., *The Representation of Islam and Muslims in Western Society and Media*, tesi di laurea al Dipartimento di Scienze Politiche, Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli, 2016, p. 37.

²⁰ *Ivi*, p. 36.

²¹ *Ivi*, pp. 41-42.

²² ZHANG Q., LI K., *art. cit.*, p. 81.

²³ *Ivi*, p. 84.

²⁴ *Ivi*, pp. 84-85.

²⁵ *Ivi*, p. 85.

²⁶ BRUNO M., *L'Islam immaginato. Rappresentazione e stereotipi nei media italiani*, Guerini e Associati, Milano, 2008, pp. 52-53.

mica²⁵: il pericolo "verde" sostituisce il pericolo "rosso"²⁶. Secondo Alazzany (2012), la crescita dell'Islam politico «è vista come funzionale²⁷» per l'Occidente per rimpiazzare il ruolo di antagonista appartenuto alla Russia, ora che la guerra fredda è terminata.

In ogni caso, anche altri eventi storico-politici fomentano le critiche dell'Occidente all'Islam: dal mai risolto conflitto arabo-israeliano alla rivoluzione islamica iraniana del 1978-1979 (Esposito, 1995), dalle guerre del Golfo

(Thiong'O, 2016) agli attentati terroristici dagli anni '90 ad oggi, senza tralasciare fatti più recenti come la questione del programma nucleare in Iran (Izadi e Saghaye-Biria, 2007), le primavere arabe, il nuovo flusso migratorio dai paesi a maggioranza musulmana verso l'Europa e la proclamazione del sedicente Stato Islamico (ISIS)²⁸.

Donne manifestano a Teheran contro l'imposizione del velo durante la rivoluzione islamica iraniana, 8 marzo 1979
[Hengameh Golestan]



²⁷ ZHANG Q., LI K., *art. cit.*, p. 85. Cit. (traduzione mia).

²⁸ Ivi, p. 77.

L'incantatore di serpenti
FABIO FABBÌ, olio su tela



2.3 L'Orientalismo di Said

I motivi che spingono i media a perpetuare un'immagine negativa dell'Islam sono diversi, ma la teoria più comune è quella che Edward Wadie Said, nel 1978, definisce dell'Orientalismo. L'Orientalismo «è un concetto che situa storicamente la costruzione occidentale di culture non-occidentali come "Altro", come "aliene", "distanti", "antiquate", "irrazionali", "sensuali" e "passive".²⁹» Secondo Said, l'Orientalismo è l'insieme di conoscenze, politiche e pratiche economiche che portano l'Occidente a percepire e costruire l'Oriente come un mondo diverso, separato, "Altro"³⁰. In altre parole, l'Oriente è «uno strumento utilizzato dalle culture di matrice europea innanzitutto per poter costruire la propria identità di "Occidente"³¹» e, di conseguenza, per svilire gli altri popoli, creare stereotipi su di essi e poterli dominare politicamente e ideologicamente.

Diversi studiosi, tra cui Poole (2002) e Richardson (2004), sostengono che i media costruiscano l'immagine dei musulmani attraverso la «lente dell'Orientalismo,³²» mentre Akbarzadeh e Smith (2005) si spingono oltre suggerendo che è proprio con questo filtro che l'Islam è stato conosciuto in Occidente³³. L'Islam, quindi, viene rappresentato

come un'entità diversa ed in antitesi con le società occidentali, permeato da fondamentalismo religioso, terrorismo, leader dispotici e donne soggiogate³⁴. Ma, soprattutto, l'Islam viene percepito come una realtà monolitica uguale in ogni angolo del globo, senza distinzione di culture, lingue, etnie e tradizioni. I termini "musulmano" e "arabo", inoltre, vengono utilizzati erroneamente come sinonimi senza considerare il fatto che non tutti gli arabi sono musulmani e che la maggior parte dei musulmani non sono arabi (l'Indonesia è la nazione con il più grande numero di fedeli musulmani al mondo).

L'Orientalismo di Said non nasce dal nulla, ma pone le basi sulla visione negativa e stereotipata che l'Europa prima e gli USA dopo ereditano da secoli di scontri tra Cristianesimo e Islam. Se, inizialmente, le critiche del mondo cristiano riguardavano la religione islamica in sé, le teorie orientaliste si diffondono «in Europa e Stati Uniti con il nascere e l'ampliarsi del dominio imperialista, coloniale e neocoloniale³⁵» della storia moderna e contemporanea, e sono considerate da Said uno strumento politico di dominazione. In *Covering Islam* del 1981, lo scrittore statunitense di origini palestinesi attribuisce ai media il ruolo fondamentale per tale inaccurata rappresentazione dei musulmani, oltre che ai governi, alle multinazionali e a molti studiosi occidentali³⁶.

²⁹ HUSSAIN A., *art. cit.*, p. 6. Cit. (traduzione mia).

³⁰ POOREBRAHIM F., ZAREI G.R., *How is Islam Portrayed in Western Media? A Critical Discourse Analysis Perspective*, in "International Journal of Foreign Language Teaching and Research", vol. 1, n. 2 (2013), p. 49.

³¹ *Orientalismo (saggio)*, Wikipedia, l'enciclopedia libera, URL consultato il 17 febbraio 2018. [it.wikipedia.org/wiki/Orientalismo_\(saggio\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Orientalismo_(saggio)). Cit.

³² HUSSAIN A., p. 6. Cit. (traduzione mia).

³³ *Ibidem*.

³⁴ POOREBRAHIM F., ZAREI G.R., *art. cit.*, p. 6.

³⁵ *Orientalismo (saggio)*, Wikipedia, l'enciclopedia libera. Cit.

³⁶ BENZEHAF B., *art. cit.*, p. 3.

2.4 Lo scontro di civiltà di Huntington

Samuel Phillips Huntington, politologo statunitense deceduto nel 2008, cerca di spiegare la nascita del conflitto Islam-Occidente con la teoria dello scontro di civiltà. In *The Clash of Civilizations?* del 1993, Huntington sostiene che con la fine della guerra fredda e la caduta del blocco comunista, negli anni '90, il terreno di scontro non è più bipolare, ideologico, politico od economico ma diventa culturale e riguarda più fronti. Secondo il modello dello scontro di civiltà, inoltre, siamo tutti portati a distinguere tra "noi" e "loro", tra popoli civili e barbari³⁷. Tale distinzione implica l'individuare nell'altra civiltà l'esatto opposto, tutto ciò che è contrario e nemico a noi³⁸. Huntington individua circa otto civiltà maggiori: occidentale (Nord America ed Europa, principalmente), cinese, giapponese, islamica, indiana, cristiana ortodossa, latino-americana e africana: tra queste, «le linee di faglia³⁹» tra la civiltà occidentale e quella islamica saranno terreno di aspro conflitto⁴⁰, soprattutto a causa della vicinanza geografica, dello storico antagonismo e della crescita demografica dei popoli della mezzaluna⁴¹.

Diversi studiosi, comunque, rigettano la tesi di Huntington. Ali (2002) pensa che i conflitti nascano, principalmente, da interessi politici e critica la visione di una società occidentale assimilata agli interessi statunitensi, così come la visione di un Islam rappresentato solo da alcuni movimenti islamisti come Al Qaida⁴². Russett e collaboratori (2000) sostengono che non sono le differenze culturali a predire futuri scontri di civiltà: l'interdipendenza economica e i legami politici sono elementi di rilievo che uniscono o separano le nazioni⁴³. Norris e Inglehart (2002) affermano che la più grande differenza tra Islam e Occidente riguarda il ruolo, più o meno prominente, della leadership religiosa nella politica e nella società⁴⁴.

2.5 Il ruolo dei media

Oggi possiamo affermare che Islam e musulmani sono rappresentati nelle news quasi tutti i giorni, anche se troppo spesso in associazione con controversie e conflitti⁴⁵. Negli ultimi anni, inoltre, abbiamo assistito all'esplosione di articoli, reportage, libri di accademici e non sull'argomento, con diversi tentativi di fare luce su di esso agli occhi di un pubblico occidentale⁴⁶. Tuttavia, come già descritto nei paragrafi precedenti, l'agenda è ancora fortemente focalizzata

³⁷ ZHANG Q., LI K., *art. cit.*, p. 82.

³⁸ PANDOLFI ELMI G., *op. cit.*, p. 42.

³⁹ HUNTINGTON S.P., *Lo scontro delle civiltà e il nuovo ordine mondiale*, Garzanti, Milano, 2000. Cit.

⁴⁰ HUNTINGTON S.P., *The Clash of Civilizations?*, in "Foreign Affairs", vol. 72, n. 3 (1993), p. 25. DOI:10.2307/20045621.

⁴¹ PANDOLFI ELMI G., *op. cit.*, p. 42.

⁴² ZHANG Q., LI K., *art. cit.*, p. 83.

⁴³ *Ibidem*.

⁴⁴ *Ibidem*.

⁴⁵ CERVI L., MARTÍNEZ-CERDÁ J.F., *Islam and Europe: The role of media the «Ground Zero Mosque» in Italian and Spanish news Outlets*, I Congreso Comunicación y Educación: Estrategias de alfabetización mediática, 2011, p. 2.

⁴⁶ ZHANG Q., LI K., *art. cit.*, p. 73.

sul terrorismo, lasciando poco spazio ad altre interpretazioni legate alle comunità musulmane⁴⁷. La mera esposizione ad una notizia non comporta la totale assimilazione ed accettazione del messaggio da parte dei cittadini ma, secondo la teoria dell'*agenda-setting* (vedi capitolo 3) associare costantemente e ripetutamente l'Islam al terrorismo può portare lo spettatore a sviluppare odio e paura nei confronti dei musulmani tutti⁴⁸. Inoltre, spesso errori ed equivoci perpetuati dalla stampa sono da attribuire a giornalisti e reporter che non hanno una buona conoscenza dell'Islam e dei musulmani.

Laura Sitaru, ricercatrice del dipartimento di Lingue e Letterature Orientali all'Università di Bucarest, nota anche un cambiamento nel profilo degli "esperti" dell'argomento Islam. Se prima dell'11 settembre gli studiosi in campo erano principalmente storici e letterati e conoscevano la lingua araba, oggi i portavoce di riferimento sono politologi, sociologi o demografi che si focalizzano solo su eventi contemporanei e dirette conseguenze politiche. Tali personalità, sovente, non hanno un background culturale o accademico adeguato allo studio dell'Islam, e si concentrano primariamente sugli aspetti legati alla sicurezza⁴⁹. L'Islam è definito erroneamente come l'unica causa di un grande numero di conflitti, dalla Bosnia alla Cina, a cui si risponde con spiegazioni semplicistiche. Il discorso

dell'Islam è fatto di generalizzazioni, confusione, disordine semantico: è un fenomeno che l'islamologo e filosofo berbero algerino Mohammed Arkoun definisce "ignoranza istituzionalizzata", propria delle società occidentali, in cui la mancanza di conoscenza tra la gente crea grandi opportunità di manipolazione da parte dei mezzi di comunicazione di massa⁵⁰.

L'emergere dei social network come Facebook e Twitter sta ridefinendo il modo di fare comunicazione, grazie a forme di giornalismo partecipativo e le dirette testimonianze di musulmani di tutto il mondo. Non mancano, però, i problemi legati a manifestazioni di odio nei confronti dell'Islam, che svelano i risultati di anni e anni di diseducazione sul tema⁵¹.

2.6 Temi ricorrenti nella narrazione dell'Islam

Nel 2004 John Richardson pubblica un volume dal titolo *(Mis)representing Islam: The Racism and Rhetoric of British Broadsheet Newspapers*, in cui esplora le pratiche del giornalismo d'oltretremanica in relazione alla rappresentazione dell'Islam attraverso le teorie di Said, strumenti di analisi del discorso e l'utilizzo di stereotipi. Richardson individua quattro temi ricorrenti associati alla comunicazione dell'Islam: la minaccia militare, l'associazione con terrorismo ed

⁴⁷ AHMED S., *Media Representation of Islam and Muslim Women in the West*, tesi al Department of Social Sciences, University of Roehampton, 2014, p. 7.

⁴⁸ BENZEHAÏ B., *art. cit.*, p. 4.

⁴⁹ SITARU L., *art. cit.*, p. 256.

⁵⁰ *Ivi*, pp. 256-257.

⁵¹ ALLEN C., *A review of the evidence relating to the representation of Muslims and Islam in the British media*, Institute of Applied Social Studies, School of Social Policy, University of Birmingham, 2012, p. 3.

estremismo, la minaccia alla democrazia, il pericolo sociale e sessista⁵².

Similarmente, Karim (2006) riporta gli stereotipi più comuni, o *cluster tematici essenziali*, prodotti e perpetuati dai media a danno dei musulmani: terrorismo, fondamentalismo islamico, odio etnico e antisemitismo⁵³.

Anche Laura Sitaru (2012) elenca alcuni frame tipici della costruzione occidentale dell'Islam: questo è incompatibile con i valori democratici, è una religione di violenza, è una minaccia demografica che distruggerà le identità nazionali europee⁵⁴.

2.7 Casi studio

Com'è possibile verificare la presenza di stereotipi, pregiudizi o frame negativi nei mass media? Esistono diversi strumenti a disposizione dei ricercatori che permettono di analizzare gli elementi della comunicazione giornalistica (e non solo) come titoli, testi, didascalie, immagini o video. Tra questi, i più utilizzati sono la cosiddetta CDA, o analisi critica del discorso (*critical discourse analysis*), e il *framing*, metodo che verrà approfondito nel prossimo capitolo. Di seguito sono riportati alcuni casi studio che si servono di queste metodologie.

Benzehaf seleziona una serie di esempi di copertura giornalistica dell'Islam degli ultimi anni da parte di media occidentali (televisione, stampa, Internet) ed utilizza la CDA per analizzarne la componente testuale⁵⁵. L'analisi critica del discorso ha come obiettivo lo studio e l'analisi del testo, sia scritto che orale, per rivelare la presenza di elementi che possono trasmettere e rinforzare i sistemi di potere all'interno di una società. Questo può avvenire a diversi livelli: verificando la presenza di metafore e figure retoriche in genere e come queste influiscono sul significato di un messaggio; controllando tutto ciò che concerne la produzione del messaggio (le fonti, l'organizzazione e la sua autorità, il target di riferimento); concentrandosi sulle più ampie correnti di pensiero che possono plasmare il testo⁵⁶. Benzehaf scopre che l'immagine generale che emerge è quella di un Islam come religione del terrore e della violenza, identico in ogni angolo del pianeta. Egli riporta il caso di *Fitna*, un documentario danese del 2008 che mostra una selezione di versi del Corano seguiti, subito dopo, da ritagli di giornale o notiziari televisivi che trattano di atti di terrore perpetuati da musulmani. In questo modo, gli autori sembrano voler creare un collegamento diretto tra gli insegnamenti del testo sacro e le azioni (di violenza) dei suoi fedeli⁵⁷.

⁵² ZHANG Q., LI K., *art. cit.*, p. 76.

⁵³ *Ivi*, pp. 78-79.

⁵⁴ SITARU L., *art. cit.*, pp. 252-254.

⁵⁵ BENZEHAFF B., *art. cit.*, p. 1.

⁵⁶ *Critical discourse analysis*, Wikipedia, l'enciclopedia libera, URL consultato il 7 marzo 2018, en.wikipedia.org/wiki/Critical_discourse_analysis.

⁵⁷ BENZEHAFF B., *art. cit.*, pp. 5-6.

copertura giornalistica dell'evento su commenti di politici ed estremisti (tra cui lo stesso reverendo Terry Jones). Anziché fornire al pubblico un background idoneo legato al centro Park51 e alla regolarità del progetto, i media selezionati enfatizzano gli aspetti sensazionalistici e riportano frequentemente i termini "Ground Zero", "moschea", "Corano", etc. sia nei titoli che nel corpo del testo trasformando, di fatto, la vicenda in un confronto religioso⁵⁹.

Suad Joseph e Benjamin D'Harlingue, dell'Università della California, collezionano 140 articoli del Wall Street Journal che trattano direttamente di Islam o musulmani ed evidenziano, così, dei pattern descrittivi dell'argomento che si ripetono in almeno il 75% di casi:

- 1 l'Islam è inconciliabile con la modernità in quanto i musulmani sono intolleranti nei confronti delle minoranze e oppressivi verso le donne;
- 2 Islam e fanatismo religioso sono termini quasi intercambiabili nella pratica dei giornalisti del Wall Street Journal;
- 3 i musulmani crescono numericamente e presto saranno in maggioranza anche negli Stati Uniti;
- 4 l'Islam è comparabile al nazifascismo e, a tal proposito,

viene utilizzato il neologismo "islamofascismo"⁶⁰.

Attraverso l'utilizzo della CDA, Poorebrahim e Zarei studiano titoli ed articoli di importanti quotidiani come The Independent, The New York Times, International Herald Tribune e The Times tra il 1° gennaio 2008 e il 30 dicembre 2012. L'analisi dimostra come l'Islam sia frequentemente rappresentato in modo stereotipato, negativo ed orientalista. Frequenti sono i testi inquadrabili nell'ottica dell'Islam come minaccia e dello scontro di civiltà, mentre i titoli lo accompagnano a termini come "radicale", "fondamentalismo", "terrorismo", "violento", "estremismo", "uccidere", "guerra", "minaccia", "paura", "corruzione", "barbarie"⁶¹.

2.8 L'Islam a Hollywood

Nel 2001, lo scrittore statunitense Jack George Shaheen Jr. pubblica un testo dal titolo *Reel Bad Arabs*, adattato a documentario nel 2006 da Sut Jhally. Si tratta di uno studio sulla rappresentazione dell'Islam e dei musulmani effettuato su quasi 1000 film dell'industria cinematografica americana, prodotti tra il 1896 e il 2000. Shaheen scrive che

“ per più di un secolo, Hollywood [...] ha educato il pubblico proponendo ripetutamente, film dopo film, immagini ingannevoli degli arabi.

⁵⁹ CERVI L., MARTÍNEZ-CERDÁ J.F., *art. cit.*, pp. 1-14.

⁶⁰ JOSEPH S., D'HARLINGUE B., *The Wall Street Journal's Muslims: Representing Islam in American Print News Media*, in "Islamophobia Studies Journal", vol. 1, n. 1 (2012), pp. 135-154. DOI: 10.13169/islastudj.11.0132.

⁶¹ POOREBRAHIM F., ZAREI G.R., *art. cit.*, pp. 45-62.

The Media Education Foundation Presents



03 A MWS 03 MWS 02 A MWS 02 MWS 01 A MWS 01

Reel Bad Arabs

How Hollywood Vilifies a People

Featuring Dr. Jack Shaheen



Reel Bad Arabs
SUT JHALLY, 2006

[...] Che cos'è un arabo? In innumerevoli film, Hollywood ci dà la risposta: gli arabi sono assassini violenti, stupratori spregevoli, fanatici religiosi, fessi ricchi di petrolio.⁶² ”

Comunque, bisogna ricordare che, nella rappresentazione occidentale, "arabo" e "musulmano" sono termini erroneamente intercambiabili. Gli USA ereditano il preesistente stereotipo europeo dell'Islam e lo integrano nel cinema hollywoodiano, proponendo per decenni un'immagine fortemente negativa della suddetta fede. Il nemico è definito inizialmente come arabo; poi, in seguito alla rivoluzione islamica iraniana, come musulmano; infine, dopo l'attentato del 1993 al World Trade Center di Manhattan, come terrorista islamista⁶³.

Nell'analisi di Shaheen, i film della prima metà del secolo rappresentano un'Arabia mitica fatta di sceicchi barbuti che cavalcano cammelli nel deserto, uccidono con la spada e bramano eroine occidentali, e di donne rinchiusi negli harem che si dilettono nella danza del ventre. Spesso, eroi delle storie sono uomini americani od europei. I film prodotti dopo la seconda guerra mondiale rimpiazzano gli stereotipi sensuali e folcloristici con terroristi, rapitori e dirottatori; le donne scompaiono dietro burqa e chador; gli arabi diventano un pericolo per l'Occidente a causa di fondamentalismo, petrolio e

conflitti militari⁶⁴. Secondo Salem, gli USA vogliono legittimare, attraverso il cinema, interventi militari dimostrando come l'Islam rappresenti una minaccia per la sicurezza mondiale⁶⁵.

Shaheen individua anche alcune pellicole in cui i musulmani travalicano i convenzionali ruoli negativi del cinema americano: in questi rari casi, comunque, il protagonista è fortemente legato all'Occidente e alla sua morale.

Il cinema, così come la televisione, è un riflesso della cultura in cui è prodotto ed ha un ruolo non irrilevante nel formare l'idea che abbiamo dell'Islam. L'emergere di registi e attori di origini mediorientali e di un pubblico meno superficiale sulle tematiche discusse sembra ridefinire lentamente l'immagine dei musulmani in Italia e nel mondo.

2.9 Il profilo della donna musulmana

Non si può trattare dell'immagine dell'Islam nei media senza tenere in conto la rappresentazione che essi fanno delle donne musulmane. Queste, infatti, sembrano essere nel mirino dell'informazione giornalistica, soprattutto per quanto riguarda l'abbigliamento. Come ci rivela *Reel Bad Arabs*, in molte pellicole cinematografiche le donne arabe in chiave orientalista sono misteriose ma oppresse, vulnerabili, introversive, devono obbedire a regole

⁶² SHAHEEN J.G., *Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People*, Olive Branch Press, New York, 2001, p. 6. Cit. (traduzione mia).

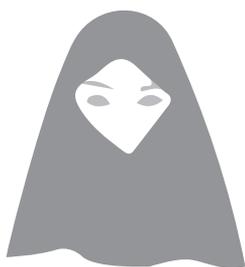
⁶³ SALEM H.B.H., *art. cit.*, p. 5.

⁶⁴ *Ivi*, p. 6.

⁶⁵ *Ibidem*.



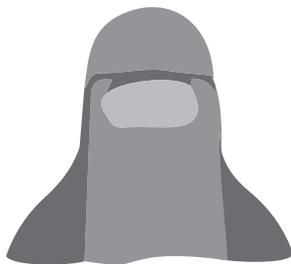
hijab



chador



niqab



burqa

imposte dagli uomini e sottomettersi all'uso del velo. La maggior parte dei film, sulla base dell'associazione arabo = musulmano, mostra solo donne medio-orientali escludendo, così, la maggioranza di fedeli islamici che vivono soprattutto nel resto del continente asiatico⁶⁶.

Tema centrale rimane il velo islamico. È giusto indossarlo? È segno di sottomissione all'uomo? Molti gruppi femministi odierni sostengono che il velo non sia altro che un retaggio di una società misogina e patriarcale. Partendo da questo presupposto, sociologi e femministi faticano ad indagare un fenomeno che potrebbe essere ben più complesso e che richiederebbe una più profonda esplorazione delle esperienze personali delle donne stesse⁶⁷. Secondo Price e Shildrick (1999), infatti, il principale assunto del discorso occidentale è che le donne musulmane devono essere "salvate" da mariti, padri e fratelli che impongono loro come vestirsi⁶⁸. Sidrah Ahmed, del dipartimento di Scienze Sociali dell'Università di Roehampton, si chiede allora:

“ Chi è andato là fuori a parlare con tutte le [...] donne musulmane che indossano hijab o niqab per chiedere loro se hanno bisogno di essere “tratte in salvo”? Indubbiamente, i diritti umani di una donna sarebbero violati se questa venisse costretta a vestirsi in un certo modo per conformarsi ad un codice religioso. Tuttavia, lo stesso varrebbe nel caso in cui ad una donna musulmana venisse proibito di indossare un copricapo negli spazi pubblici (An-Na'im, 2011).⁶⁹ ”

A studio portrait of Halima Aden, a model and first woman to wear a hijab in the Miss Minnesota USA pageant. She is wearing a black hijab and a white blazer, looking directly at the camera with a neutral expression. The background is plain white.

Halima Aden, modella e prima donna
con hijab a partecipare al concorso di
Miss Minnesota USA
[Mario Sorrenti]

Un articolo dell'Independent intitolato *The Biggest Lie You've Been Told About the Oppression of Muslim Women* sostiene che molti stereotipi occidentali sull'Islam ruotano intorno al hijab e permettono alle persone di costruire un'immagine della cultura islamica senza dover davvero interagire con i musulmani stessi (Rankin, 2013)⁷⁰. Affermazioni sulle donne musulmane vengono fatte da media e politici senza che le dirette interessate vengano interpellate o senza che venga chiesto loro di descrivere il loro rapporto con il hijab e i motivi per cui lo (o non lo) indossano⁷¹.

Secondo Ahmed, la letteratura sull'uso del velo islamico soffre la mancanza di dati qualitativi che riguardano proprio le donne che lo vestono, la loro identità, le loro idee⁷². Esistono, comunque, studi interessanti che cercano di colmare questo vuoto restituendo un'immagine piuttosto diversa della donna musulmana. Per un report di ABC News del 2006 dal titolo *Is the Veil Oppressive or Simply Chic?*, la giornalista Leela Jacinto interagisce in prima persona con molte donne statunitensi di fede islamica sull'utilizzo del hijab, scoprendo come il suo impiego abbia molto a che fare con moda e tradizioni, e non solo con la religione o con imposizioni familiari. Il sistema moda occidentale sembrerebbe inte-

grarsi con i valori islamici nella routine giornaliera delle donne, anche se queste sfaccettature non sono riconosciute o trattate dai media convenzionali⁷³.

2.10 Possibili soluzioni

Se, come abbiamo visto nei paragrafi precedenti, la rappresentazione dell'Islam nei media occidentali è sistematicamente negativa, con continue allusioni al terrorismo, alla violenza, all'arretratezza culturale e sociale, quali possono essere le soluzioni per sovvertire tale consuetudine? Gran parte degli studi sull'Islam nei mezzi di comunicazione di massa, infatti, si limitano ad esporre i problemi ma non forniscono risposte adeguate. Ovviamente, occorrerà ancora tempo per erodere secoli di pregiudizi, ma con gli strumenti educativi e di comunicazione attuali, unitamente ad un prolungato periodo di pace almeno in Occidente, è oggi più semplice decostruire gli stereotipi.

Benzehaf individua una serie di espedienti che possono essere utili ad abbattere le barriere dei media convenzionali. Tra questi vi sono il dialogo interculturale ed interreligioso, un'educazione che si spinge oltre i confini nazionali attraverso l'incentivazione

⁶⁶ AMZ T., *Dismantling the Stereotypes of Islam, Arab, and Muslim Women in the Visual and Print Media of the Western World*, in "Jurnal Kajian Komunikasi", vol. 2, n. 2 (2014), p. 150. DOI:10.24198/jkk.vol2n2.5.

⁶⁷ AHMED S., *op. cit.*, pp. 9-10.

⁶⁸ AHMED S., *op. cit.*, p. 9.

⁶⁹ *Ibidem*. Cit. (traduzione mia).

⁷⁰ *Ivi*, p. 10.

⁷¹ *Ibidem*.

⁷² *Ibidem*.

⁷³ *Ivi*, p. 8.

di programmi di scambio e viaggi, e l'utilizzo di internet come piattaforma per la propagazione di storie alternative sull'Islam. In particolare, Benzehaf vede nei giovani, e nell'ampio utilizzo che questi fanno delle piattaforme social, un possibile punto di incontro tra diversi gruppi nazionali e religiosi⁷⁴.

Ishak e Solihin suggeriscono alle redazioni giornalistiche occidentali di formare attori in grado di dialogare correttamente con l'Islam (o ad eventi ad esso affini). Allo stesso tempo, le nazioni a maggioranza islamica dovrebbero aumentare gli sforzi volti a creare una propria immagine da esportare nel resto del mondo e, soprattutto, nelle nazioni occidentali anche attraverso missioni diplomatiche. In questo modo, si creerebbe un dialogo permanente che aiuterebbe a distinguere tra ciò che è Islam e ciò che è terrorismo⁷⁵.

Sitaru ci ricorda che gli stereotipi non sono solo un'invenzione occidentale ma, anzi, sono ben presenti anche nei paesi musulmani. Il mondo islamico non è esente dal processo di manipolazione dell'informazione giornalistica che, a sua volta, tende a rinforzare idee anti-Occidente. I media giocano un ruolo fondamentale anche nel cosiddetto Oriente. Di conseguenza, sarà possibile giungere ad una soluzione solo quando azioni mirate saranno intraprese da entrambe le realtà⁷⁶.

2.11 La situazione in Italia

Finora si è parlato di Occidente, con particolare riferimento agli Stati Uniti d'America, all'Europa in generale ma, soprattutto, all'informazione giornalistica in lingua inglese. Qual è, quindi, la situazione in Italia? Anche nel Bel paese l'Islam è argomento di dibattito, soprattutto a causa del fenomeno migratorio degli ultimi anni che ha ingrandito le fila degli immigrati di paesi a maggioranza musulmana. In realtà, la questione della rappresentazione dell'Islam nei media italiani è meno recente di quel che può sembrare: già nel 1999, infatti, una ricerca diretta dal professor Giulio Soravia, dell'Università di Bologna, su quotidiani, telegiornali e giornali radio nazionali su un arco di tempo di dieci settimane (tra il 15 gennaio ed il 1° aprile 1999) permette di individuare dei pattern molto simili a quelli degli studi visti nei paragrafi precedenti. Serena Memoli riassume così i risultati di Soravia:

- 1 «L'Islam viene presentato quasi esclusivamente in chiave politica o in relazione a fatti di cronaca e raramente affrontato in maniera approfondita come realtà culturale.»
- 2 «Il mondo islamico è visto come un blocco monolitico all'interno del quale l'unica differenza possibile sembra essere fra Paesi buoni e cattivi, ossia fra amici dell'Occidente e non.»

⁷⁴ BENZEHAF B., *art. cit.*, pp. 8-9.

⁷⁵ ISHAK S.B.H., SOLIHIN S.M., *Islam and Media*, in "Asian Social Science", vol. 8, n. 7 (2012), p. 269. DOI:10.5539/ass.v8n7p263.

⁷⁶ SITARU L., *art. cit.*, pp. 238-239.

- 3 «Si parla spesso di “guerre ideologiche” o “conflitti di religione”, prospettando uno scenario apocalittico di “scontro globale di civiltà”.»
- 4 «Avvenimenti relativi alla tradizione religiosa e culturale islamica [...] non vengono affrontati, a meno che essi non cadano in coincidenza con fatti di cronaca che forniscano lo spunto per la trattazione di questi argomenti.»
- 5 «Raramente nel dibattito sull'Islam vengono coinvolti intellettuali musulmani.»
- 6 «Si privilegia l'immagine di una religione arcaica, repressiva, anti-modernità.»
- 7 «I pochi casi di rappresentazione positiva dell'Islam riguardano per lo più immigrati di successo e ben inseriti nel tessuto sociale italiano.»
- 8 «I titoli privilegiano il sensazionalismo, risultando il più delle volte poco compatibili col contenuto dei relativi articoli.»
- 9 «All'interno delle diverse testate giornalistiche italiane i contenuti non divergono molto.⁷⁷»

Marco Bruno, sociologo e ricercatore presso l'Università "La Sapienza" di Roma, svolge un'indagine sulla rappresentazione dell'Islam nei media italiani (stampa e televisione, nella fattispecie) tra il 2000 e il 2007, attraverso l'analisi del contenuto dei prodotti mediali. Bruno vuole isolare delle forme stereotipe proprie della rappresentazione dei musulmani, presentate poi all'interno del testo *L'Islam immaginato*, pubblicato nel 2008 da Guerini e Associati. L'indagine comporta l'utilizzo di metodi di analisi quantitativi e qualitativi, tra cui l'analisi lessico-testuale e delle forme visive.

Bruno vede nell'11 settembre uno "snodo della rappresentazione", «una sorta di punto zero nel rapporto media/islam, uno spartiacque che ha rivoluzionato il modo di fare formazione riguardo al mondo musulmano» e che ha comportato «un effetto di esplosione quantitativa dell'attenzione.⁷⁸» La grande informazione che viene oggi fatta in Italia dell'Islam, comunque, sembra guidata dal principio che Bruno definisce "forza degli eventi", cioè il «meccanismo prevedibile che vede l'islam oggetto di discorso il più delle volte in seguito a fatti che lo pongono all'attenzione della cronaca e della politica e solo sporadicamente come argomento da conoscere e scoprire per le caratteristiche che gli sono proprie.⁷⁹» Fanno più notizia, quindi, quelle notizie che ricalcano stereotipi e pregiudizi sull'Islam presenti nell'immaginario oc-

⁷⁷ MEMOLI S., *L'Islam nei Media Italiani*, tesina al Dipartimento di Asia, Africa e Mediterraneo, Università degli Studi di Napoli "L'Orientale", 2015, p. 9. Cit.

⁷⁸ BRUNO M., *op. cit.*, p. 109. Cit.

⁷⁹ *Ivi*, p. 122. Cit.

Il One World Trade Center svetta sullo skyline di New York;
è stato costruito sul sito delle torri Gemelle distrutte
negli attacchi dell'11 settembre 2001
[Mike Chavarri]





cidente. Infatti, la copertura televisiva tra il 2000 e il 2003, soprattutto dopo l'11 settembre, vede l'Islam principalmente accompagnato ad argomenti quali la guerra e il fondamentalismo⁸⁰.

In conclusione alla sua indagine, Marco Bruno elenca le principali tendenze che caratterizzano l'Islam nei media in Italia:

- 1 «I mass media italiani partecipano in maniera determinante alla costruzione sociale di una rappresentazione dell'Altro islamico stereotipata, superficiale e tendenzialmente allarmistica.»
- 2 «Le immagini distorte e stereotipe dell'Islam affondano le radici in un deposito di rappresentazioni sull'Islam e i musulmani di lunga durata, intriso di pregiudizi "medievali" che lo stratificarsi della produzione culturale occidentale (e in ultima analisi dell'industria culturale moderna) ha rielaborato e rimesso in circolazione aggiornandolo.»
- 3 Il racconto dell'Islam è articolato intorno a nodi di conflitto e di un «universo culturale» di difficile integrazione.
- 4 «A fronte di un lieve miglioramento nella conoscenza dell'Islam, esiste una sostanziale staticità nelle forme rappresentative dell'alterità musulmana,

organizzata intorno ad alcune "aree" stereotipe del discorso;» ad esempio, l'aspetto religioso prevale su altri fattori identitari.

- 5 «Il ruolo dei media si intreccia con le rappresentazioni superficiali presenti nel dibattito pubblico, in particolare provenienti dai settori della politica italiana.»
- 6 Nella rappresentazione distorta dell'Islam, routine produttive e meccanismi di costruzione della notizia influiscono, probabilmente, più che l'ideologia di giornali e giornalisti.
- 7 Da un punto di vista lessicale, è centrale l'uso di "etichette" nella descrizione di Islam e musulmani.
- 8 Fotografie e video sono i principali luoghi di «costruzione, ri-costruzione e re-immissione degli stereotipi» sull'Islam.
- 9 «L'analisi di come i media rappresentano l'Altro, fornisce interessanti elementi di riflessione sia sul funzionamento delle imprese di produzione giornalistiche, sia sulla società italiana di fronte alle sfide della multiculturalità e del pluralismo.⁸¹»

Bruno, comunque, individua anche un certo numero di prodotti mediiali

⁸⁰ *Ivi*, pp. 129-130.

⁸¹ *Ivi*, pp. 191-193. Cit.

educativi, di confronto e di scambio con le altre culture, che sono lontani da rappresentazioni convenzionali dell'Islam. Questi, però, «non riescono a scalfire e ad intaccare un "sistema" di rappresentazioni stereotipe e distorte sull'Islam sostenuto e rinforzato dalla quotidianità della copertura televisiva e giornalistica.⁸²» Inoltre, tali programmi o reportage sono numericamente inferiori, sporadici (non persistenti), poco conosciuti e hanno un carattere pedagogico che può annoiare il fruitore medio⁸³.

Dal 2007 in poi l'attenzione mediatica nei confronti del terrorismo cala, per riemergere qualche anno dopo con la comparsa dell'ISIS sulla scena internazionale⁸⁴. Nel 2015, Serena Memoli, dell'Università degli Studi di Napoli "L'Orientale", conduce un'analisi analoga a quella di Bruno prendendo in considerazione tre quotidiani nazionali (La Repubblica, Libero ed Il Manifesto) e due settimanali (L'Espresso e Panorama) e distribuendo la ricerca su 18 settimane tra gennaio 2014 e settembre 2015. Il periodo scelto non è casuale e si articola intorno al 7 gennaio 2015, data dell'attentato alla redazione del settimanale satirico Charlie Hebdo a Parigi, il primo rivendicato ed attribuito allo Stato Islamico in Europa. Sulla base dei risultati di Bruno del 2008 e di questa nuova analisi, Memoli afferma che, sebbene l'11 settembre 2001 abbia inciso profondamente nell'immaginario

occidentale dell'Islam, «non sembra esserci stato un vero e proprio mutamento del paradigma comunicativo, che sembra più che altro il risultato di quella stratificazione di pregiudizi, formati nel corso di diversi secoli di incontro-scontro con la civiltà islamica, di cui parlava già Said in *Orientalismo* e in *Covering Islam*.⁸⁵» La "forza degli eventi" di cui tratta Marco Bruno prevale ancora e, infatti, si parla di Islam soprattutto a riguardo di fatti di cronaca nera e attentati terroristici. Linguaggi forti e sensazionalistici, soprattutto nei titoli, sono privilegiati. Un dato interessante riguarda l'utilizzo dei termini "musulmano" ed "islamico": il secondo, infatti, è maggiormente utilizzato ed è accostato di frequente alla parola "fondamentalista"⁸⁶. Sebbene non sia dato sapere se la perpetuazione di certi stereotipi sia da attribuire ai giornalisti o solo alla cosiddetta *media logic* (l'insieme di routine e organizzazione del lavoro in una redazione giornalistica), Memoli conclude che i media in Italia ricoprono «un ruolo decisivo nella costruzione dell'immagine comune dell'Islam e dei musulmani, veicolando immagini spesso distorte o manipolate della realtà, esacerbando la percezione della distanza culturale e, in alcuni casi, indirizzando l'attitudine verso l'auto-segregazione e l'esclusione del "nemico islamico".⁸⁷»

⁸² Ivi, pp. 194. Cit.

⁸³ Ivi, pp. 193-194.

⁸⁴ MEMOLI S., *op. cit.*, p. 20.

⁸⁵ Ivi, p. 30. Cit.

⁸⁶ Ivi, pp. 31-32.

⁸⁷ Ivi, p. 32. Cit.



FRAMING E VISUAL FRAMING

3.1 Framing: teorie e definizioni

Milioni di persone in tutto il mondo, ogni giorno, si rivolgono ai mezzi di comunicazione di massa per reperire informazioni, notizie ed aggiornamenti sulla realtà circostante. In alcuni casi, i media rappresentano la principale fonte di conoscenza degli eventi, specie se lontani da noi. Scriveva, infatti, il giornalista e politologo Walter Lippman nel 1922:

“ «Il mondo con cui dobbiamo avere a che fare [...] è fuori dalla nostra portata, fuori dal nostro campo visuale, fuori dai nostri pensieri. Dev'essere esplorato, riferito e immaginato.» ”

Chi crea e gestisce l'informazione, quindi, ha una grande responsabilità nei confronti di chi la riceve e la assorbe. Per questo motivo, nella storia delle scienze della comunicazione, della sociologia e della psicologia si sono susseguiti numerosi studi sulla costruzione della notizia e sugli effetti che questa può avere sul pubblico.

Secondo il sociologo Denis McQuail, tali studi pongono le basi sul fatto che i mezzi di comunicazione di massa hanno effetti di rilievo sulle persone, seppur di diversa natura e portata². In decenni di ricerca sull'argomento si possono individuare fasi distinte in cui ai diversi media (dalla stampa prima

alla televisione poi, fino ai cosiddetti nuovi media come internet) è stato attribuito maggiore o minore potere nel formare l'opinione pubblica e nel modellare i comportamenti dei cittadini. Dagli anni '70 in poi, comunque, è andato affermandosi un approccio detto del *costruttivismo sociale* che implica l'esistenza di un certo grado di potere dei media nella costruzione di significato, ma anche di una negoziazione da parte del pubblico che sceglie le informazioni, le incorpora e le interpreta secondo conoscenze pregresse, stati di emotività e attenzione dedicata³.

Nel 1974, il sociologo canadese Erving Goffman pubblica un libro intitolato *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*, in cui introduce il concetto di *framing*: secondo Goffman, «l'organizzazione di informazioni o di aspetti dell'esperienza altrimenti frammentari⁴» avviene attraverso i *frame*, cioè delle cornici cognitive. I frame, o schemi di interpretazione, aiutano gli individui ad identificare e classificare il mondo in cui sono immersi⁵. Nel 1991, Robert Entman, uno dei pionieri della ricerca sul framing nell'investigazione della comunicazione di massa, propone la compresenza di due livelli di frame in relazione alle notizie: l'*audience frame* (già elaborato da Goffman), ovvero il modo in cui le persone processano l'informazione, e i *news frame*, cioè le caratteristiche della notizia stessa⁶.

¹ LIPPMANN W., *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma, 2004, p. 22. Cit.

² MCQUAIL D., *Sociologia dei media*, Il Mulino, Bologna, 2007, p. 267.

³ *Ivi*, pp. 268-272.

⁴ *Ivi*, p. 223. Cit.

⁵ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *The levels of visual framing*, in "Journal of Visual Literacy", vol. 30, n. 1, p. 49. DOI:10.1080/23796529.2011.11674684.

Infatti, Entman (1993) nota come i frame possano essere riscontrati in diverse realtà: nel comunicatore, nel messaggio o nel ricevente⁷.

Sulla definizione di framing e frame pesano i diversi approcci utilizzati dagli studiosi. Per de Vreese un frame è l'enfasi, o salienza, posta su alcuni aspetti di un argomento ed il framing riguarda il modo in cui l'argomento stesso viene presentato al pubblico⁸. Gamson e Modigliani (1987) sostengono che il news frame è l'idea centrale che conferisce significato ad una serie di eventi in corso e che il frame suggerisce la vera essenza del discorso, ovvero ciò su cui ci dobbiamo focalizzare⁹. Secondo Entman applicare un frame significa «selezionare alcuni aspetti della realtà e renderli più salienti in un testo¹⁰»; inoltre «i frame individuano dei problemi, ne diagnosticano le cause, formulano dei giudizi morali e suggeriscono i rimedi.¹¹» Gitlin (1980), pur dichiarando che attraverso l'operazione di framing i media enfatizzano certe parole o immagini mentre ne oscurano

altre¹², ha un approccio più funzionale definendo i frame come degli strumenti che facilitano il modo in cui i giornalisti organizzano l'enorme mole di informazioni e la confezionano efficacemente per il pubblico¹³: i frame sono, quindi, indispensabili e «per i giornalisti è inevitabile procedere in questo modo, abbandonando con ciò l'"obiettività" pura introducendo elementi di distorsione, anche se involontari.¹⁴» Della stessa idea è Gans (1979) che descrive i frame come necessari al mestiere del giornalista, visti i limiti di spazio e tempo dell'informazione giornalistica¹⁵.

Come già visto, Entman (1993) insiste sui concetti di selezione e salienza come elementi basilari del framing: la selezione comporta l'esclusione di alcuni pezzi di informazione, siano essi testi o immagini, in favore di altri; la salienza implica il rendere il messaggio visibile, significativo e memorabile¹⁶. Ciò che è escluso è altrettanto importante perché limita la diffusione di prospettive differenti nel panorama informativo¹⁷.

⁶ *Ibidem*.

⁷ DE VREESE C.H., *News Framing: Theory and Typology*, in "Information Design Journal + Document Design", vol. 13, n. 1 (2005), p. 51. DOI: 10.1075/idjdd.13.1.06vre.

⁸ *Ivi*, p. 53.

⁹ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *art. cit.*, p. 49.

¹⁰ ENTMAN, R.M., *Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm*, in "Journal of Communication", vol. 43, n. 4 (1993), p. 52. *Cit.* (traduzione mia). DOI:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.

¹¹ McQUAIL D., *op. cit.*, p. 223. *Cit.*

¹² BRANTNER C., GEISE S., LOBINGER K., *Fractured Paradigm? Theories, Concepts and Methodology of Visual Framing Research: A Systematic Review*, Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Londra, 2013, p. 15.

¹³ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *art. cit.*, p. 49.

¹⁴ McQUAIL D., *op. cit.*, p. 223. *Cit.*

¹⁵ SCHEUFELE D.A., TEWKSBURY D., *Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models*, in "Journal of Communication", vol. 57 (2007), p. 12. DOI:10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x.

¹⁶ SCHWALBE C.B., *Remembering Our Shared Past: Visually Framing the Iraq War on U.S. News Websites*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", vol. 12 (2006), p. 269. DOI:10.1111/j.1083-6101.2006.00325.x.

¹⁷ *Ibidem*.

Nelson e collaboratori (1997) azzardano che, in questo modo, attraverso l'utilizzo di specifiche parole o immagini i news frame potrebbero promuovere certe interpretazioni di un evento, plasmando di fatto il modo in cui le persone lo assimilano¹⁸. A tal proposito, Iyengar e Simon (1997) dimostrano come il framing delle notizie sulla guerra del Golfo del 1991 mise il pubblico statunitense nelle condizione di accettare ed appoggiare le soluzioni militari invece che quelle diplomatiche¹⁹.

3.2 Frame dei media e degli individui

Se esistono frame legati ai media (news frame) e frame legati agli individui (audience frame), ne consegue che esistono anche diversi stadi del processo del framing. Scheufele (1999; 2000) riconosce tre passaggi: il *frame-building* (costruzione e uso dei frame) si riferisce a tutti quei fattori interni ed esterni che influenzano il lavoro di giornalisti e redazioni nella costruzione e nell'organizzazione della notizia (norme e valori sociali, pressioni da parte dell'azienda, influenze da parte di gruppi di interesse, routine giornalistiche, orientamenti ideologici o politici dei giornalisti); il *frame-setting* riguarda l'interazione tra i news frame e gli individui ed il modo in cui tali "cornici" influenzano apprendimento e valutazione delle notizie²⁰; infine «si

ha l'accettazione di determinati *frames* [sic] da parte dei membri del pubblico, con conseguenze sui loro atteggiamenti, sui loro punti di vista [...] e sul loro comportamento.²¹» Su tali conseguenze, in ogni caso, non vi è unanimità da parte degli studiosi. In linea di massima si può sostenere che i frame agiscono più efficacemente sugli individui quando questi prestano attenzione alla storia raccontata²², ma per una descrizione più approfondita verrà introdotto, nei prossimi paragrafi, il concetto di agenda-setting. Scheufele (2000) propone che i frame operino attraverso l'attivazione di specifici schemi interpretativi nella mente delle persone e aggiunge che il loro effetto dipenderà comunque da conoscenze pregresse e da schemi interpretativi preesistenti (Scheufele e Scheufele, 2010)²³. Gli effetti di framing devono essere considerati proprio come il risultato di un'interazione tra i news frame e tali schemi cognitivi preesistenti (Scheufele, 2004)²⁴.

3.3 Individuare i frame

Individuare i frame contenuti in una notizia, o in un insieme di storie legate ad una vicenda, può essere utile per comprendere eventuali effetti sul pubblico. Si possono distinguere due tipi di approcci a riguardo. Uno è l'approccio induttivo, in cui i frame emergono nel corso dell'analisi e non sono selezionati

¹⁸ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *art. cit.*, p. 50.

¹⁹ McQUAIL D., *op. cit.*, p. 299.

²⁰ DE VREESE C.H., *art. cit.*, p. 52.

²¹ McQUAIL D., *op. cit.*, p. 299.

²² SCHEUFELE D.A., TEWKSBURY D., *art. cit.*, p. 13.

²³ BRANTNER C., GEISE S., LOBINGER K., *art. cit.*, p. 7.

²⁴ *Ibidem*.

SALIENZA

+

SELEZIONE

la salienza implica il rendere un messaggio visibile, significativo e memorabile

caratteristiche del framing

la selezione comporta l'esclusione di pezzi di informazione in favore di altri

FRAMING

processo indispensabile che seleziona alcuni aspetti della realtà e li rende più salienti

FRAME-BUILDING

costruzione e uso dei frame

FRAME-SETTING

interazione tra i news frame e gli individui

fasi del framing

FRAME IN REDAZIONE

fattori interni ed esterni che influenzano il lavoro di giornalisti e redazioni nella costruzione della notizia

NEWS FRAME

notizia "incorniciata" tramite elementi come titolo, sottotitolo, immagini, fonti, grafici, etc.

AUDIENCE FRAME

interazione tra frame e pubblico

tipi di frame

ISSUE-SPECIFIC FRAME

frame riguarda solo determinati argomenti o eventi

GENERIC FRAME

frame trascende i singoli argomenti e può essere usato in contesti ed in tempi diversi

CONSEGUENZE INDIVIDUALI

CONSEGUENZE NELLA SOCIETÀ

a priori. Un secondo approccio è quello deduttivo, in cui i frame sono definiti precedentemente e, di solito, sono presi in prestito da altre analisi²⁵.

Cappella e Jamieson (1997) suggeriscono quattro criteri per l'identificazione di un news frame²⁶:

- 1 deve avere caratteristiche di linguaggio identificabili;
- 2 deve essere comunemente riconosciuto e riportato nella pratica giornalistica;
- 3 deve poter essere distinto da altri frame;
- 4 deve avere validità e riconoscimento anche da parte di altri ricercatori.

Infine, quali elementi di una notizia costituiscono un frame? Entman (1993) riconosce che la presenza o assenza di certe parole chiave, immagini stereotipate, metafore, ma anche fonti informative possono favorire o meno alcune interpretazioni²⁷. Gamson e Modigliani (1989) identificano i cosiddetti *framing devices*, cioè elementi che condensano informazioni e giudizi di una notizia, mentre Tankard (2001) elenca 11 aree attraverso cui possono essere svelati e misurati i frame: titoli, sottotitoli, immagini, didascalie delle immagini, paragrafi introduttivi, fonti di informazioni, citazioni selezionate, citazioni in

evidenza, logotipi, statistiche e grafici, paragrafi di chiusura. Tutti questi elementi si differenziano dal nocciolo centrale della storia (*core news fact*), la pura notizia in sé, arricchendolo di significato²⁸.

3.4 Tipi di frame

Certi frame riguardano solo determinati argomenti o eventi e vengono definiti, per l'appunto, come frame specifici (*issue-specific frames*): essi permettono di indagare il tema in profondità ma, allo stesso tempo, non permettono confronti con altri studi, e il ricercatore rischia di notare solo le evidenze che già sta cercando. Un secondo tipo di frame sono quelli generici (*generic frames*), che trascendono i singoli argomenti e possono essere usati in contesti ed in tempi diversi. Studi su news frame specifici hanno riguardato fenomeni come l'*Intifada* (Cohen e Wolfsfeld, 1993), il femminismo (Terkildsen e Schnell, 1997) e il deficit USA (Jasperson e collaboratori, 1998). Gli studi sui frame generici, invece, hanno riguardato principalmente campagne elettorali e politica in generale²⁹.

3.5 Agenda-setting e priming

Quello del framing non è l'unico processo che influenza gli effetti dei media sul pubblico. I mezzi di comunicazione hanno un grande potere nel

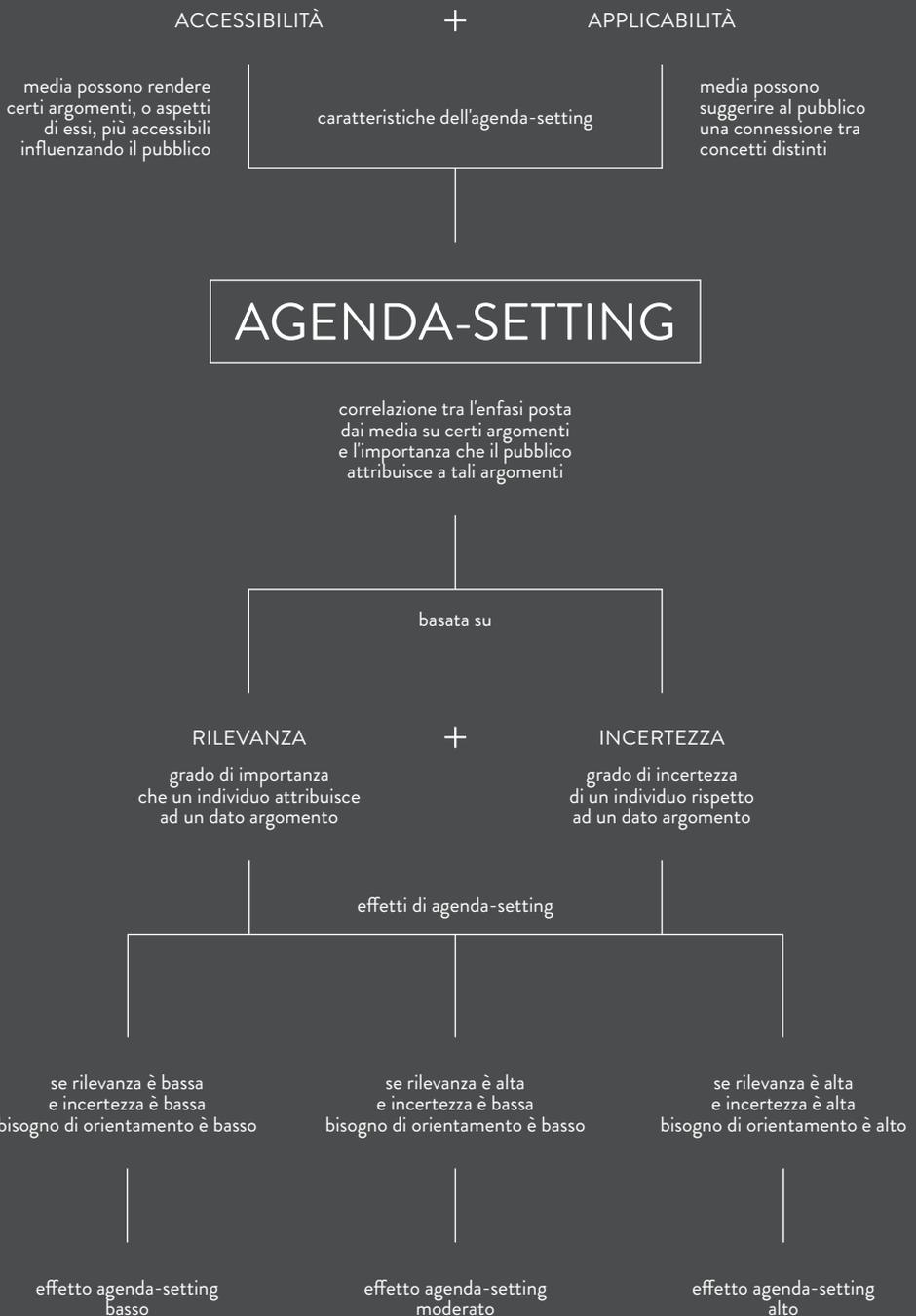
²⁵ DE VREESE C.H., *art. cit.*, p. 53.

²⁶ *Ivi*, p. 54.

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ *Ibidem*.

²⁹ *Ivi*, pp. 54-55.



definire un'agenda nazionale e nel guidare l'attenzione dei cittadini verso un numero limitato di questioni. Le persone apprendono quanta importanza attribuire ad un argomento anche grazie all'enfasi che i media pongono su di esso, in diversi modi: ad esempio, mostrandolo in prima pagina in un giornale o notiziario televisivo, utilizzando titoli di grandi dimensioni, dedicandovi più spazio e tempo. Tutti questi stimoli, ripetuti giorno dopo giorno, possono effettivamente circoscrivere l'interesse dell'audience a pochi temi prestabiliti³⁰. Tale fenomeno è stato definito *agenda-setting* da McCombs e Shaw nel 1972 ed è così descritto da McQuail:

“ «L'idea centrale è che l'informazione dei media indica al pubblico quali sono le principali questioni all'ordine del giorno e questo si riflette in ciò che il pubblico pensa siano effettivamente le principali notizie.³¹» ”

Se il framing si focalizza sul modo in cui l'informazione è presentata e l'agenda-setting stabilisce una correlazione tra l'enfasi posta dai media su certi argomenti e l'importanza che il pubblico attribuisce agli stessi³², Iyengar e Kinder, nel 1987, coniano il termine *priming* (innesco): secondo gli autori «le tematiche politiche che ricevono la maggiore attenzione (e quindi le prime in agenda) hanno anche una maggiore preminenza nei giudizi sull'attività

degli attori politici. [...] L'"effetto" di *priming* consiste in definitiva nell'"innescare" determinati criteri di giudizio e gioca un ruolo non secondario nei tentativi di gestione delle notizie.³³»

Framing, agenda-setting e priming si distinguono soprattutto per due effetti che Price e Tewksbury, nel 1997, definiscono di accessibilità e applicabilità³⁴. Priming e agenda-setting si basano su effetti di accessibilità: i media, cioè, possono influenzare il pubblico mostrando più frequentemente alcune notizie o aspetti di esse. Il framing, invece, è caratterizzato da effetti di applicabilità: il messaggio, confezionato appropriatamente, può suggerire un collegamento tra due concetti distinti³⁵. Comunque, i due effetti non sono isolati: l'effetto di applicabilità può emergere più facilmente se il messaggio è maggiormente accessibile³⁶.

Tutte le redazioni giornalistiche si basano su un'agenda: si tratta, invero, di uno strumento indispensabile per il mestiere del giornalista. Oltretutto, l'agenda dei media, da sola, non determina necessariamente l'agenda di chi riceve il messaggio. L'influenza è rilevante, ma il pubblico possiede abbastanza esperienza da poter determinare la consistenza di una notizia. McCombs, a tal proposito, richiama lo scandalo del *Sexgate*: sebbene i cittadini americani fossero continua-

³⁰ McCOMBS M., *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, University of Texas, p. 1.

³¹ McQUAIL D., *op. cit.*, p. 299. Cit.

³² SCHEUFELE D.A., TEWKSBURY D., *art. cit.*, p. 11.

³³ McQUAIL D., *op. cit.*, p. 301. Cit.

³⁴ SCHEUFELE D.A., TEWKSBURY D., *art. cit.*, p. 15.

³⁵ *Ibidem*, p. 15.

³⁶ *Ivi*, p. 16.

LIAR, LIAR

After months of denials, Clinton tells nation, grand jury of 'inappropriate' relationship with Monica Lewinsky

COVERAGE BEGINS ON PAGES 2 & 3



WORLD EXCLUSIVE THE MONICA INTERVIEW



MY SECRET LIFE WITH BILL

I never thought Hillary would find out

I never will have an affair with a married man again

I thought Bill was my sexual soul mate

NEWS GETS BARBARA WALTERS TAPE — PAGES 4 - 7

WHITE HOUSE SCANDAL

DENIES TRYST

Calls allegations of sex with intern false

By KATHY KELLY

WASHINGTON — President Clinton narrowed his eyes and jabbed the air with his index finger yesterday declaring: "I want you to listen to me... I did not have sexual relations with that woman, Miss Lewinsky."

Clinton said at the end of a news conference on child care, as his wife perched on a chair and he looked at the camera. He said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton delivered the same message to about 18 students who were gathered in a classroom at the White House last night. He said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

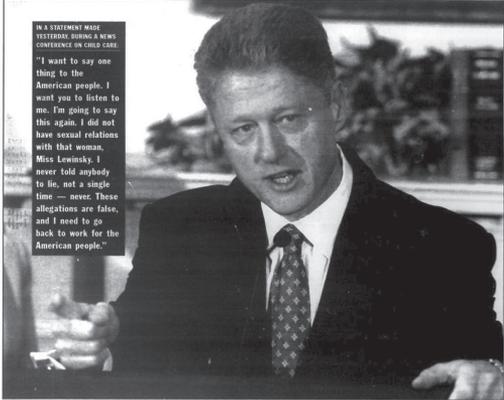
Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."

Clinton's remarks came after a 10-minute press conference in which he said he never told anybody to lie, not a single time — never. These allegations are false, and I need to go back to work for the American people."



MONICA LEWINSKY: President Clinton speaks to educators at the White House during a conference on early-education initiatives. Speaking of the sex scandal shrouding his presidency, he said: "I did not have sexual relations with that woman, Miss Lewinsky. I never told anybody to lie, not a single time — never."

Daily News, 27 gennaio 1998
Daily News, 18 agosto 1998
Daily News, 2 marzo 1999

mente bombardati dalle notizie sul tradimento extraconiugale dell'allora presidente degli Stati Uniti d'America Bill Clinton con una giovane stagista, Monica Lewinsky, ciò non inficiò particolarmente sul giudizio degli stessi nei confronti del successo governativo del 42° inquilino della Casa Bianca³⁷.

Sul bisogno di orientamento del pubblico contribuiscono due fattori: la rilevanza e l'incertezza. Secondo McCombs, se un argomento è percepito come irrilevante, gli individui non presteranno attenzione alla notizia e gli effetti di agenda-setting saranno bassi. Se, al contrario, l'argomento è visto come rilevante e il pubblico presterà maggiore attenzione, decisivo è il grado di incertezza sul tema: se esso è maggiore, gli individui saranno avidi consumatori di notizie e gli effetti di agenda-setting saranno più forti³⁸.

3.6 Il ruolo delle immagini nel framing delle notizie

I maggiori studiosi dell'argomento sono concordi nel definire le immagini come potenti strumenti di framing. Le immagini sono meno intrusive del testo e richiedono un carico di lavoro cognitivo minore, attivando processi periferici di elaborazione delle informazioni³⁹. Ferguson (2001) evidenzia come, in caso di conflitto tra immagine

e testo, i frame visivi abbiano la meglio: questo avviene perché le fotografie si avvicinano maggiormente alla realtà circostante e perché hanno il potere di provocare stimoli emotivi immediati⁴⁰. Le immagini, inoltre, attraggono l'occhio quando sono poste in una pagina o su uno schermo e si ricordano più facilmente del testo (Rogers e Thorson, 2000)⁴¹. Le fotografie sono ottimi strumenti di framing perché sono «in grado non solo di oscurare gli argomenti ma [anche] di sopraffare i fatti.⁴²»

Paul Messaris e Linus Abraham pubblicano, nel 2001, uno studio intitolato *The role of images in framing news stories* che diviene presto un punto di riferimento per gli studiosi del settore. I due ricercatori statunitensi distinguono tre caratteristiche dell'immagine che accentuano ma, allo stesso tempo, limitano il suo potere di framing: la qualità analogica, l'indicalità e la mancanza di un'esplicita sintassi della logica proposizionale.

La qualità analogica delle immagini implica che l'associazione tra un'immagine ed il suo significato si basi sulla similarità (o analogia): non c'è bisogno di essere familiari con particolari convenzioni di rappresentazione per riconoscere ciò che una fotografia ci mostra in quanto le immagini sono piuttosto simili ai reali oggetti che esse vogliono mostrare.

³⁷ McCOMBS M., *art. cit.*, pp. 8-9.

³⁸ *Ivi*, pp. 9-10.

³⁹ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *art. cit.*, p. 50.

⁴⁰ *Ibidem*.

⁴¹ *Ibidem*.

⁴² WISCHMANN L., *Dying on the front page: Kent State and the Pulitzer Prize*, in "Journal of Mass Media Ethics", vol. 2, n. 2 (1987), p. 70. Cit. (traduzione mia). DOI:10.1080/08900528709358296.

Il termine "indicalità" è preso in prestito dal semiologo Charles Sanders Peirce (1868) che lo utilizza per differenziare le fotografie dal resto delle immagini: grazie alla proprietà dell'indicalità, gli scatti fotografici sono quanto di più simile alla realtà si possa trovare tra le diverse forme di comunicazione ed il pubblico potrebbe non chiedersi se ciò che rappresentano sia vero o falso. Tali immagini, però, possono essere manipolate, selezionate, tagliate in modo da restituire ai fruitori solo una parte di "realtà".

La logica proposizionale è un linguaggio che permette di descrivere un oggetto attraverso le dicotomie vero-falso o causa-effetto. Le immagini peccano in questo e, di solito, assumono maggiore significato grazie al contesto in cui vengono inserite. Se le prime due caratteristiche elencate rendono le immagini particolarmente adatte a veicolare i frame, quest'ultima riduce il loro potere⁴³.

In *Fractured Paradigm? Theories, Concepts and Methodology of Visual Framing Research: A Systematic Review* del 2013, le ricercatrici Brantner, Geise e Lobinger citano ulteriori studi legati al valore comunicativo delle immagini⁴⁴: le immagini sono processate piuttosto velocemente dal nostro cervello, rispetto a messaggi testuali (Lester, 2005; Wedel e Pieters, 2007); sono considerate più efficaci del semplice

testo, in fatto di comprensione (Kress e van Leeuwen, 2006; Lester, 2005; Wedel e Pieters, 2007); sono percepite come più affidabili del testo, per il valore di testimonianza che trasmettono (Rodriguez e Dimitrova, 2011). Per questo e altri motivi, alcuni ricercatori sostengono che i frame visivi possono essere influenti tanto quanto quelli verbali, se non di più⁴⁵.

In conclusione, è bene ricordare che nella costruzione di un messaggio testo e immagini non sono elementi in competizione tra loro (Mitchell, 2005; Mueller, 2007), ma devono essere concepiti come complementari⁴⁶.

3.7 Il visual framing

Lo studio dell'influenza delle immagini nei processi di framing è detto *visual framing*. Sebbene non ci sia ancora un generale consenso sulla definizione di visual framing, esso può essere descritto come il processo in cui le immagini promuovono l'attivazione di specifici schemi interpretativi nelle menti del pubblico (sono validi, anche in questo caso, i concetti di salienza e selezione teorizzati da Entman)⁴⁷.

Negli ultimi decenni, una grande mole di ricerche è stata condotta sul framing in riferimento alle componenti verbali e testuali delle notizie, ma solo una piccola parte è dedicata alle immagini⁴⁸.

⁴³ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *art. cit.*, pp. 51-52.

⁴⁴ BRANTNER C., GEISE S., LOBINGER K., *art. cit.*, pp. 8-9.

⁴⁵ *Ibidem*.

⁴⁶ *Ibidem*.

⁴⁷ *Ivi*, p. 8.

⁴⁸ *Ivi*, p. 3.

Gli studi di visual framing rappresentano ancora una minoranza, ma il loro numero è in costante crescita e riguarda principalmente il mondo dell'informazione giornalistica⁴⁹: i contenuti dei giornali prima, seguiti dalle notizie televisive⁵⁰. Uno dei motivi alla base di questa disparità è la confusione su come tali frame visivi debbano essere identificati: la maggior parte degli studi individuano dei temi fondamentali intorno a cui ruotano le immagini di un set di notizie, altri riconoscono posizioni ideologiche, e così via⁵¹.

Nel 2013, per cercare di fare chiarezza in un panorama così frammentato, Brantner, Geise e Lobinger conducono una ricerca nel database di *EBSCO* ed identificano un totale di 29 studi basati sul visual framing⁵². Dalla loro analisi, le studiose notano che i focus predominanti riguardano le guerre, i disastri e i momenti di conflitto in genere: tale situazione può essere attribuita al ruolo che le immagini hanno di colmare i vuoti quando i giornalisti descrivono situazioni geograficamente lontane dallo spettatore; le immagini, inoltre, sono delle testimonianze a tutti gli effetti e coprono un incarico fondamentale nel legittimare (o meno) interventi militari e, quindi, nel modellare l'opinione pubblica (Schwalbe, Silcock e Keith, 2008)⁵³.



⁴⁹ *Ivi*, p. 2.

⁵⁰ *Ivi*, p. 26.

⁵¹ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *art. cit.*, pp. pp. 50-51.

⁵² BRANTNER C., GEISE S., LOBINGER K., *art. cit.*, pp. 10-12.

⁵³ *Ivi*, p. 19.



La guerra del Vietnam è il primo conflitto, nella storia dell'uomo, che vede la televisione come fonte principale di informazioni per i cittadini. Se la seconda guerra mondiale rende i leader politici consapevoli dell'importanza dell'informazione nel definire l'opinione pubblica (e quindi il supporto della cittadinanza in casi di conflitto), è anche vero che «gli Stati Uniti d'America la guerra in Vietnam l'hanno persa in televisione.» (Perotti, 2011) mezzo attraverso cui le cruente immagini raggiunsero, per la prima volta, i salotti americani.

(nella foto)
Jan Rose Kasmir, 17 anni, partecipa ad una protesta
contro la guerra in Vietnam al Pentagono,
Washington D.C., 21 ottobre 1967.
[Mark Ribaud / MagnumPhotos]

3.8 La salienza delle immagini

Come avviene per i contenuti verbali, anche i frame visivi agiscono attraverso il grado di salienza. Kiouisis (2004) definisce tale valore con tre elementi: l'attenzione, la prominenza e la valenza⁵⁴.

L'attenzione contempla valori numerici legati alla copertura di un argomento e può essere misurata: si può contare la frequenza con cui il messaggio visivo è ripetuto o lo spazio ad esso dedicato (quante volte immagini di un certo tipo compaiono? Quante volte sono riproposte?)⁵⁵.

La prominenza riguarda le dimensioni e la posizione delle immagini: Wanta (1988) dimostra come fotografie di grandi dimensioni suggeriscano allo spettatore una maggiore importanza rispetto agli articoli con fotografie più piccole; per quanto riguarda la posizione delle immagini, sono considerate più prominenti e dominanti quelle collocate nella prima pagina di un giornale o nella copertina di una pubblicazione⁵⁶.

La valenza è fortemente connessa con gli elementi compositivi delle fotografie, come l'angolo di ripresa o la distanza dell'obiettivo fotografico dal soggetto della foto: secondo Fahmy (2010) un primo piano di una scena di violenza è più crudo ed esplicito della

stessa scena ripresa in lontananza; i primi piani, inoltre, stabiliscono maggiore intimità tra il pubblico e i soggetti delle fotografie, mentre il contrario avviene con campi lunghi⁵⁷.

3.9 I livelli del visual framing

Da un'esamina della letteratura sul visual framing, Lulu Rodriguez e Daniela Dimitrova della Iowa State University nel 2011 propongono quattro livelli per l'identificazione di frame visivi.

Livello 1

Visuals as denotative systems

In semiotica, la denotazione è definita come «il significato fondamentale o di senso comune di un segno, come ad esempio la sua definizione secondo un dizionario o un codice.⁵⁸» Analogamente, nel visual framing questo primo livello descrive le immagini come stimoli visivi che, attraverso i nervi ottici, sono trasformati in informazioni per il cervello (Lester, 2006)⁵⁹. I frame risultano dall'identificazione dei singoli elementi che compongono le immagini, dal loro riconoscimento e dalla loro organizzazione secondo categorie mentali⁶⁰. Il primo livello si basa principalmente sulle qualità analogica e di indicialità delle immagini, descritte da Messaris ed Abraham. Le fotografie, infatti,

⁵⁴ *Ivi*, p. 20.

⁵⁵ *Ibidem*.

⁵⁶ *Ivi*, p. 21.

⁵⁷ *Ivi*, pp. 21-22.

⁵⁸ BONFANTINI M.A., BRAMATI J., ZINGALE S., *Sussidiario di semiotica (in dieci lezioni e duecento immagini)*, ATi Editore, Brescia, 2007, p. 41. Cit.

⁵⁹ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *art. cit.*, pp. 52-53.

⁶⁰ *Ivi*, p. 53.

sono percepite come porzioni di realtà e stabiliscono una corrispondenza diretta con ciò che è visibile nel mondo reale. Ciò, però, può essere anche uno svantaggio nei casi in cui le persone si trovino davanti ad un'immagine che mostra qualcosa che non conoscono o non hanno mai visto⁶¹.

Livello 2

Visuals as stylistic-semiotic systems

Il secondo livello di visual framing prende in considerazione tutte le convenzioni stilistiche e le pratiche utilizzate nella rappresentazione visiva. Fahmy (2004) analizza le fotografie legate alla caduta del regime talebano in Afghanistan, scattate dall'agenzia di stampa *Associated Press*, attraverso diverse variabili di stile tra cui il punto di ripresa della fotocamera (alto, frontale o basso rispetto al soggetto ritratto) e la distanza (primo piano, campo lungo, etc.). Fahmy, così, constata che, in seguito alla caduta dei talebani, le donne afgane erano state ritratte come più coinvolte, meno subordinate e più intimamente vicine allo spettatore rispetto a prima⁶². Archer e collaboratori (1983) usano il volto come parametro di misurazione, sostenendo che un viso più prominente in una fotografia porta alla percezione di una persona con maggiore intelligenza e ambizione; al contrario, quando è il corpo ad avere una posizione di rilievo nella foto, il soggetto è percepito attraverso qualità non intellettuali come l'aspetto fisico

o l'emotività⁶³. Secondo Bell (2001), caratteristiche dell'immagine quali i colori, le tonalità e la quantità di dettagli possono influire sul grado di realismo di una fotografia⁶⁴. Il comportamento dei soggetti ritratti è altrettanto importante: un contatto diretto si stabilisce quando il soggetto di una foto guarda direttamente negli occhi dello spettatore, mentre alcune pose del corpo possono comunicare maggiore subordinazione, come la testa inclinata o il ginocchio piegato, ponendo il pubblico in una posizione di superiorità (Goffman, 1979)⁶⁵.

Livello 3

Visuals as connotative systems

In questo terzo livello, gli elementi di un'immagine non sono semplicemente descritti, ma comunicano anche delle idee o dei concetti. La connotazione, infatti, «è un "allargamento" della denotazione, che si manifesta quando il segno o testo entra effettivamente e realmente in relazione con un altro significato o senso, dentro un gioco sociale-comunicativo.⁶⁶» Così, le immagini sono analizzate come insieme di simboli carichi di significato. Secondo Leeuwen (2001), esistono simboli astratti (come una croce, ad esempio) o simboli figurativi nella forma di persone, luoghi o oggetti (ad esempio, il Papa o il Dalai Lama): per alcuni, infatti, l'abbattimento della statua di Saddam Hussein a Baghdad, nel 2003, ha simboleggiato la fine di un regime

⁶¹ *Ibidem*.

⁶² *Ivi*, pp. 54-55.

⁶³ *Ivi*, p. 55.

⁶⁴ *Ibidem*.

⁶⁵ *Ivi*, pp. 55-56.

⁶⁶ BONFANTINI M.A., BRAMATI J., ZINGALE S., *op. cit.*, p. 41. Cit.

autoritario e la liberazione del popolo iracheno⁶⁷. Anche l'utilizzo di metafore visive ricade all'interno di questo livello.

Livello 4

Visuals as ideological representations
Il quarto livello di visual framing riguarda il significato ideologico delle immagini. Per Pieterse (1992), gli studiosi alla ricerca di frame in questo livello intendono rispondere a domande come «Quali interessi vengono serviti da queste rappresentazioni? Quali sono le voci in campo? Quali idee domi-

nano?»⁶⁸ Si tratta di indagare come le immagini vengono utilizzate come strumenti di potere nel plasmare l'opinione pubblica e la coscienza storica. Rientra in questo livello uno studio di Entman del 1991: egli descrive come alcuni media statunitensi, tra cui Times, Newsweek, The New York Times, The Washington Post e i notiziari serali

La statua di Saddam Hussein in piazza Firdos, Baghdad, viene abbattuta durante la guerra in Iraq il 9 aprile 2003. Questa fotografia può rappresentare un esempio di visual framing di terzo livello.
[Gilles Bassignac / Getty Images]



della CBS, si sono occupati di due tragedie aeree simili in cui, a causa di azioni militari, hanno perso la vita molti civili⁶⁹. «Una è quella dell'aereo di linea coreano (Kal 007) abbattuto nel 1983 da un caccia sovietico; l'altra è quella dell'aereo civile iraniano (Iran Air 655) abbattuto nel 1988 da una nave da guerra americana nel Golfo Persico.⁷⁰» Entman scopre che l'incidente provocato dai sovietici è stato rappresentato con grande indignazione morale da parte dei media presi in considerazione, mentre l'abbattimento dell'aereo iraniano è stato definito un "problema tecnico" e di valutazione dell'esercito degli Stati Uniti⁷¹. Citando gli studi di Elliott (1982) e Curtis (1984), McQuail scrive che «La questione dell'Irlanda del Nord è stata sempre presentata, almeno dai media britannici, nella cornice della minaccia dell'Ira, come se si fosse trattato dell'unica causa del conflitto [...] e gli inglesi fossero le sole vittime.⁷²» Inoltre aggiunge, in riferimento alle ricerche di Vincent (2000), Thussu (2000) e Norstedt e collaboratori (2000), che «Nel conflitto del 1999 in Kosovo, la propaganda della Nato ha cercato fin dall'inizio delle incursioni aeree in Jugoslavia di incorniciare l'evento entro il *frame* della guerra necessaria e "umanitaria" contro il "genocidio", richiamando tra l'altro l'immagine dell'Olocausto, paragonando Milosevic a Hitler e demonizzando i serbi.⁷³»



Edizione di Newsweek del 19 aprile 1999 dedicata a Slobodan Milošević, presidente della Serbia (1989-1997) e della Repubblica Federale di Jugoslavia (1997-2000) e, in seguito, accusato di crimini contro l'umanità nei confronti dei popoli musulmani di Croazia, Bosnia-Erzegovina e Kosovo.

⁶⁷ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., art. cit., p. 57.

⁶⁸ PIETERSE J.M., *White on Black: Images of Africa and Blacks in Western Popular Culture*, Yale University Press, New Haven (Connecticut), 1992, p. 10. Cit. (traduzione mia).

⁶⁹ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., art. cit., p. 58.

⁷⁰ MCQUAIL D., op. cit., p. 224. Cit.

⁷¹ RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., art. cit., p. 58.

⁷² MCQUAIL D., op. cit., p. 224. Cit.

⁷³ *Ibidem*. Cit.

COME FUNZIONA LA METODOLOGIA DEL VISUAL FRAMING?

come viene rappresentato
il fenomeno nei media?

quali frame rappresentativi
emergono dall'indagine?

gli eventuali risultati
confermano gli studi
precedenti?

...

OSSERVAZIONE DEL FENOMENO

discrepanza tra diversi
media di una nazione
nella trattazione
di un argomento

discrepanza tra media
di diverse nazioni
nella trattazione
di un argomento

percepibili ricadute
sull'opinione pubblica

...

FORMULAZIONE DI UNA O PIÙ IPOTESI D'INDAGINE

RACCOLTA DEI DATI

selezione dei media
(*ad es. stampa tradizionale,
televisione, quotidiani
online, etc.*)

selezione dell'artefatto
(*ad es. fotografie, didascalie,
titoli, etc.*)

selezione del periodo
di riferimento

la letteratura dimostra come le analisi di visual framing possano risultare nella formulazione di:

frame (ad es. frame di protesta, frame di armonia, etc.)

categorie di rappresentazione stereotipate (*ad es. protestanti rappresentati come violenti, minoranze etniche come non integrate, etc.*)

ANALISI
DELLE IMMAGINI

salienza dell'immagine
(*attenzione, prominenza, valenza*)

1° livello
elementi compositivi
dell'immagine

2° livello
elementi stilistici
dell'immagine
(*ad es. primo piano, campo lungo, etc.*)

3° livello
connotazioni dell'immagine

4° livello
significati ideologici
dell'immagine

INDIVIDUAZIONE
DI FRAME O CATEGORIE

RISPOSTA ALL'IPOTESI
DI INDAGINE

panoramica della
rappresentazione
del fenomeno

descrizione di frame
o categorie
rappresentative

conferma o smentita
delle ipotesi di indagine

...

3.10 Casi studio

Di seguito sono elencati alcuni casi studio di visual framing, in modo da poter individuare le pratiche più comuni messe in atto dai ricercatori. Possono essere distinte diverse fasi comuni a quasi tutti gli studi:

- 1 osservazione del fenomeno;
- 2 formulazione di una o più ipotesi d'indagine;
- 3 collezione dei dati (secondo parametri prestabiliti);
- 4 analisi delle immagini;
- 5 individuazione di frame o categorie;
- 6 esposizione dei risultati e conferma o smentita dell'ipotesi di partenza.

*Framing ideology: How Time magazine represents nationalism and identities through visual reporting*⁷⁴

Tania Cantrell Rosas-Moreno, Dustin Harp e Ingrid Bachmann

Tema: Guerra d'Iraq, 2003.

Media: Time, settimanale USA.

Artefatto d'analisi: immagini delle copertine e testo d'accompagnamento

Periodo: 2003-2007.

Quantità: 41 immagini.

Attraverso l'analisi delle copertine della rivista Time, lo studio vuole fare luce sui frame utilizzati per rappresentare visivamente i primi cinque anni della guerra in Iraq, iniziata nel 2003, e sui costrutti ideologici che le immagini rinforzano. Secondo i ricercatori, le fotografie analizzate sono incorniciate in modo tale da rinforzare idee già in circolazione negli USA, attraverso l'utilizzo di nozioni quali il genere sessuale, l'etnia, la religione e il nazionalismo: i maschi bianchi americani mantengono il potere, i soldati americani di colore combattono la guerra, le donne (anche le soldatesse) sono prima di tutto madri, gli iracheni maschi sono nemici e fondamentalisti religiosi.

⁷⁴ ROSAS-MORENO T.C., HARP D., BACHMANN I., *Framing ideology: How Time magazine represents nationalism and identities through visual reporting*, in "Communication & Society/Comunicación y Sociedad", vol. 26, n. 3 (2013), pp. 1-20.

*Visual Framing of the Early Weeks of the U.S.-Led Invasion of Iraq: Applying the Master War Narrative to Electronic and Print Images*⁷⁵

Carol B. Schwalbe, B. William Silcock e Susan Keith

Tema: Guerra d'Iraq, 2003.

Media: news televisive di ABC, CBS, NBC, CNN, Fox News Channel; prima pagina di 18 quotidiani statunitensi; copertine delle riviste Time, Newsweek, U.S. News & World Report; homepage dei siti internet di tutti i media menzionati.

Artefatto d'analisi: immagini, frame televisivi.

Periodo: prime cinque settimane dall'inizio della guerra (19 marzo 2003).

Quantità: 2.622 immagini, di cui 1.822 relative alla guerra.

La letteratura suggerisce che l'informazione giornalistica negli Stati Uniti d'America ha sempre assunto un tono patriottico nel coprire gli eventi delle guerre in cui erano coinvolti. Questo studio conferma tale ipotesi, analizzando le immagini pubblicate nelle prime cinque settimane del conflitto in Iraq e svelando cinque scenari distinti:

1) *shock and awe*, la prima settimana vede il susseguirsi di fotografie della città di Baghdad sotto il bombardamento della Coalizione, con accenni all'efficienza e alla precisione degli strumenti bellici americani;

2) *conquering troops*, la seconda settimana è affollata di immagini di truppe statunitensi che entrano in città e che aiutano civili iracheni;

3) *the myth of the hero*, nella terza settimana l'attenzione è per la soldatessa Jessica Lynch, catturata e poi salvata, ritratta sia come vittima che come eroina;

4) *victory*, la quarta settimana è quella della conquista di Baghdad, e l'immagine più diffusa è quella dell'abbattimento della statua di Saddam Hussein da parte di civili iracheni e sotto l'occhio vigile dei soldati americani;

5) *control*, l'ultima settimana presa in analisi riguarda l'affermazione del controllo USA in Iraq, con molte fotografie di ufficiali dell'esercito in visita ed un militare che, finalmente, può rilassarsi su un confortevole sofà nel palazzo dell'ex dittatore. Secondo i ricercatori, i frame utilizzati dai media statunitensi non fanno altro che rinforzare la narrazione di guerra principale che vede gli Stati Uniti adottare il ruolo dell'eroe buono, che deve intervenire per ristabilire l'ordine naturale delle cose ed eliminare i nemici in antitesi con l'Occidente.

⁷⁵ SCHWALBE C.B., SILCOCK B.W., KEITH S., *Visual Framing of the Early Weeks of the U.S.-Led Invasion of Iraq: Applying the Master War Narrative to Electronic and Print Images*, in "Journal of Broadcasting & Electronic Media", vol. 52, n. 3 (2008), pp. 448-465. DOI:10.1080/08838150802205702.

*Images of liberation? Visual framing, humanitarianism and British press photography during the 2003 Iraq invasion*⁷⁶

Katy Parry

Tema: Guerra d'Iraq, 2003.

Media: quotidiani nazionali britannici Sun, Mirror, Mail, Independent, Guardian, Times, Telegraph.

Artefatto d'analisi: immagini, titoli, didascalie.

Periodo: 33 giorni (17 marzo 2003 - 18 aprile 2003).

Quantità: 4.400 immagini.

Parry conduce un'analisi delle fotografie a livello compositivo e stilistico (dimensione, contenuto, punto di ripresa, distanza dal soggetto, età e genere sessuale) per verificare la presenza di una narrativa positiva e di liberazione nella rappresentazione della guerra in Iraq, e conclude che la selezione e la riproposizione di certe immagini può effettivamente contribuire a perpetuare i frame dominanti.

*Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine*⁷⁷

Mykola Makhortykh e Maryna Sydorova

Tema: Conflitto in est Ucraina, 2014.

Media: due gruppi pubblici (uno pro-ucraino, l'altro pro-russo) del social network VKontakte.

Artefatto d'analisi: immagini.

Periodo: 51 giorni (17 luglio 2014, data dell'abbattimento dall'aereo Malaysia Airlines Flight 17 - 5 settembre 2014, firma degli accordi di Minsk).

Quantità: 1.518 immagini.

Scopo dello studio è indagare il ruolo dei social media nel visual framing del conflitto in est Ucraina. I ricercatori individuano due frame in particolare: quello pro-ucraino della giusta guerra (*the good war*) e quello pro-russo della crisi umanitaria. In questo modo, i social media hanno facilitato la costruzione di prospettive diverse del conflitto, contribuendo a propagare interpretazioni contraddittorie e aspettative illusorie e complicando, di fatto, il dialogo tra le due fazioni. Inoltre, l'analisi del contenuto delle immagini evidenzia come il conflitto e la guerra sembrano essere di esclusivo appannaggio dei maschi adulti.

⁷⁶ PARRY K., *Images of liberation? Visual framing, humanitarianism and British press photography during the 2003 Iraq invasion*, in "Media Culture Society", vol. 33, n. 8 (2011), pp. 1185-1201. DOI:10.1177/0163443711418274.

⁷⁷ MAKHORTYKH M., SYDOROVA M., *Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine*, in "Media, War & Conflict", vol. 10, n. 3 (2017), pp. 1-23. DOI:10.1177/1750635217702539.

*"The Police and the Populace": Canadian Media's Visual Framing of the 2010 G20 Toronto Summit*⁷⁸

Aziz Douai

Tema: Proteste e interventi della polizia al summit del G20 a Toronto, 2010.

Media: quotidiani nazionali canadesi The Vancouver Sun, Winnipeg Free Press, The Telegram, La Presse, Le Journal de Montreal, Toronto Star, The Globe and Mail, National Post; siti web CBC.ca, CTV.ca.

Artefatto d'analisi: immagini.

Periodo: 5 giorni (24 giugno 2010 - 28 giugno 2010).

Quantità: 852 immagini.

Dall'analisi delle immagini e degli orientamenti politici e ideologici dei media selezionati, Douai conferma che una rappresentazione negativa è dedicata ai gruppi di protesta durante il G20 di Toronto del 2010, mentre la polizia è raffigurata attraverso un frame positivo. Le immagini di violenza sono più frequenti perché attirano maggiormente l'audience, mentre le situazioni pacifiche hanno poco spazio. Oltretutto, l'ideologia, il gruppo editoriale o il tipo di medium non sembrano influenzare particolarmente i frame.

*Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories about the Gaza Conflict 2009*⁷⁹

Cornelia Brantner, Katharina Lobinger e Irmgard Wetzstein

Tema: Conflitto di Gaza, operazione "Piombo Fuso", 2008-2009.

Media: quattro tra giornali e settimanali di qualità tedeschi, austriaci e britannici.

Artefatto d'analisi: immagini.

Periodo: dicembre 2008 - gennaio 2009.

Le ricercatrici si chiedono se immagini differenti portano a valutazioni differenti da parte del pubblico.

⁷⁸ DOUAI A., "The Police and the Populace": Canadian Media's Visual Framing of the 2010 G20 Toronto Summit, in "Canadian Journal of Communication", vol. 39, n. 2 (2014), pp. 175-192. DOI:10.22230/cjc.2014v39n2a2710.

⁷⁹ BRANTNER C., LOBINGER K., WETZSTEIN I., *Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories about the Gaza Conflict 2009*, in "Journalism & Mass Communication Quarterly", vol. 88, n. 3 (2011), pp. 523-540. DOI:10.1177/107769901108800304.

*The Western Media and Iran's Presidential Election 2009: The visual framing of a green revolution*⁸⁰

Sher Baz Khan

Tema: Elezioni presidenziali dell'Iran, 2009.

Media: siti internet di The New York Times, Times, The Economist.

Artefatto d'analisi: immagini.

Periodo: 19 giorni (12 giugno 2009, giorno delle elezioni - fine giugno 2009, dopo le proteste anti-elezione).

Quantità: 102 immagini.

Lo studioso categorizza le immagini raccolte secondo diversi frame per capire come i tre giornali USA si sono occupati delle elezioni presidenziali iraniane del 2009, tenendo conto delle direttive di politica estera nei confronti dell'Iran e di altri temi (caduta di

Ahmadinejad, femminismo, proteste). I media presi in analisi danno più visibilità (70%) al leader Mousavi (appoggiato dagli USA) e ai suoi sostenitori, e alle proteste anti-elezioni (che vedranno vincitore il "nemico" Ahmadinejad); le donne vengono mostrate principalmente come giovani (possibilmente di bell'aspetto), di mezz'età o anziane moderne e legate a valori della democrazia all'Occidentale; il 36,3% delle immagini riguarda le proteste di opposizione, mentre da un'analisi del colore utilizzato nelle fotografie si scopre che il 43,1% delle immagini mostrano il colore verde dell'opposizione (contro Ahmadinejad).

Giovani donne protestano in Iran durante la cosiddetta Rivoluzione verde, 17 giugno 2009.
[Hamed Saber]



*Seeing and not seeing the Syrian crisis: New visibility and the visual framing of the Syrian conflict in seven newspapers and their online editions*⁸¹

Mervi Pantti

Tema: Guerra civile in Siria, dal 2011.

Media: El País, Helsingin Sanomat, La Repubblica, Romania Libera, The Guardian, Kommersant, Hürriyet.

Artefatto d'analisi: immagini, video, testo di accompagnamento (titoli, sottotitoli, didascalie, corpo del testo).

Periodo: marzo 2011, inizio del conflitto - febbraio 2013, guerra civile in atto.

Quantità: 2.203 immagini.

Pantti si chiede se i media selezionati siano dipendenti, o meno, da contenuti visivi amatoriali, e cosa e come i media mostrino in termini di immagini di morte e sofferenza. Dall'analisi delle immagini raccolte e del testo di accompagnamento, la ricercatrice finlandese sostiene che la maggior parte dei contenuti visivi è data da agenzie stampa occidentali (89%), mentre le restanti sono reperite principalmente da media panarabi, da reti siriane di opposizione, dall'agenzia di stampa siriana ufficiale, etc. Inoltre, i frame utilizzati non sono statici ma cambiano a seconda dell'andamento del conflitto: i frame più ricorrenti sono quelli di distruzione, morte, proteste, ma solo il 7% delle immagini mostrano scene di morte esplicite: la stampa è cauta nel mostrare eventi piuttosto forti.

*A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel-Lebanon conflict*⁸²

Katy Parry

Tema: Guerra del Libano, 2006.

Media: The Guardian e The Times, quotidiani britannici.

Artefatto d'analisi: immagini, testo di accompagnamento (titoli, didascalie) se rilevante.

Quantità: 211 immagini.

Questo studio è molto legato al tema del fotogiornalismo e vuole comparare l'utilizzo della fotografia in due giornali britannici di qualità nei riguardi dello stesso argomento. In particolare, Parry scopre che i civili libanesi, insieme ai soccorritori ed al personale medico, sono i soggetti più frequenti delle fotografie, delineando un frame di rilievo legato al costo umano della guerra; il Times mostra più personale militare, mentre il Guardian mostra più distruzione fisica (case, ponti, infrastrutture in genere); infine, se i militari mostrati sono principalmente legati all'esercito israeliano, i combattenti libanesi di Hezbollah sono quasi invisibili, come per sottolineare la loro illegittimità.

⁸⁰ KHAN S.B., *The Western Media and Iran's Presidential Election 2009: The visual framing of a green revolution*, in "International Journal of Liberal Arts and Social Science", vol. 1, n. 4 (2013), pp. 11-30.

⁸¹ PANTTI M., *Seeing and not seeing the Syrian crisis: New visibility and the visual framing of the Syrian conflict in seven newspapers and their online editions*, in "Journalism, Media and Cultural Studies", n. 4 (2013), pp. 1-22. DOI:10.18573/j.2013.10259.

⁸² PARRY K., *A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel-Lebanon conflict*, in "Media, War & Conflict", vol. 3, n. 1 (2010), pp. 67-85. DOI:10.1177/1750635210353679.

*Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English- and Arabic-language press coverage of war and terrorism*⁸³

Shahira Fahmy

Tema: Attentati dell'11 settembre 2001 e inizio della guerra in Afghanistan.

Media: quotidiani International Herald Tribune (USA, lingua inglese) e Al-Hayat (Arabia Saudita, lingua araba).

Artefatto d'analisi: immagini, didascalie.

Periodo: 64 giorni (12 settembre 2001 - 15 novembre 2001, dopo la caduta di Kabul).

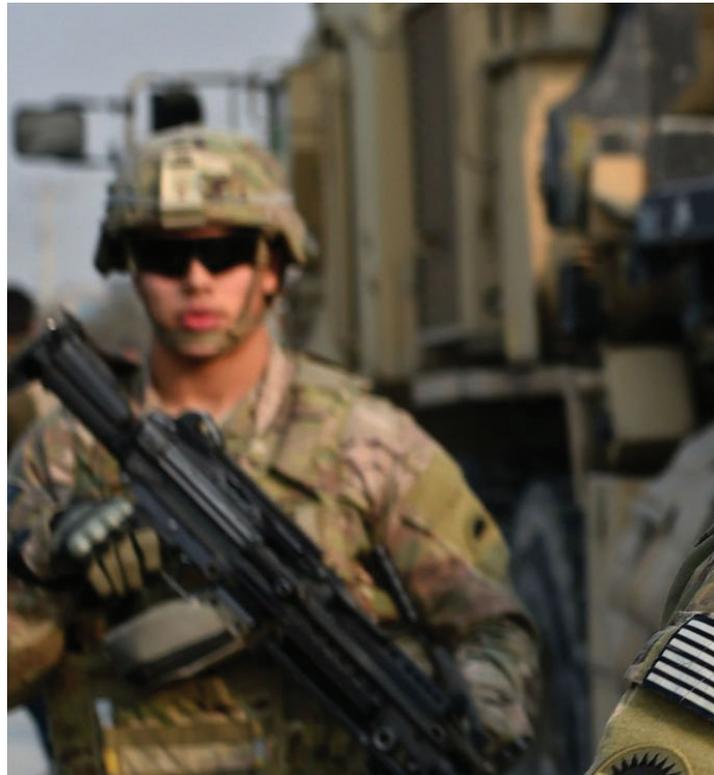
Quantità: 1.387 immagini.

Fahmy confronta le diverse narrative visuali di due giornali rispetto agli eventi dell'11 settembre e della guerra in Afghanistan attraverso i tre elementi di misurazione della salienza di un'immagine: frequenza (o attenzione), prominente e valenza. Individua, inoltre, alcuni frame opposti: quello dell'interesse umano (improntato sulle vittime) contro quello tecnico (legato alla distruzione della guerra); il frame anti-guerra contro il frame pro-guerra. Nel coprire i fatti dell'11 settembre, l'International Herald Tribune (IHT) utilizza il frame dell'interesse umano attraverso le storie delle vittime e dei funerali, mentre Al-Hayat si basa soprattutto su immagini della distruzione degli edifici. Al contrario, per quanto riguarda il conseguente conflitto in Afghanistan, è Al-Hayat ad utilizzare maggiormente il frame dell'interesse umano, mentre l'IHT disumanizza la guerra evitando di mostrare civili e morte. Allo stesso modo, l'IHT appoggia l'intervento militare a seguito dell'11 settembre, mentre Al-Hayat è più foca-

lizzato sul mondo arabo e musulmano e si schiera contro i risvolti bellici. I due diversi pubblici non hanno, così, adeguata copertura dei due eventi ed intercorrono contrasti e prospettive differenti. Inoltre, i giornalisti intervistati affermano che tali differenze di trattamento non erano assolutamente intenzionali.

Nei diversi conflitti bellici che hanno visto coinvolti gli USA, la stampa statunitense ha spesso messo in risalto la cosiddetta "macchina da guerra", lasciando meno spazio ad immagini che mostrano le condizioni dei civili colpiti.

Soldati americani durante la guerra in Afghanistan, 2001.
[Wakil Kohsar / AFP]



*Remembering our shared past: Visually framing the Iraq War on U.S. News websites*⁸⁴

Carol B. Schwalbe

Tema: Guerra d'Iraq, 2003.

Media: 26 siti d'informazione.

Artefatto d'analisi: immagini delle homepage.

Periodo: 4 mercoledì dal 19 marzo 2003, inizio della guerra in Iraq.

Quantità: 526 immagini.

Schwalbe si chiede quali frame visivi siano utilizzati nella copertura della guerra in Iraq del 2003 da parte dei siti d'informazione giornalistica più popolari negli Stati Uniti, e se tali frame cambino con il susseguirsi delle

settimane. La ricercatrice dell'Arizona State University afferma che all'inizio del conflitto è imperante il frame "ufficiale" legato alla macchina da guerra americana, mentre successivamente vanno diffondendosi immagini che mostrano il risvolto umano e personale dello scontro. Indagando anche la copertura giornalistica realizzata in occasione dei successivi anniversari dell'evento, Schwalbe sostiene che i media si concentrano sempre più sugli aspetti sociopolitici e umani, piuttosto che su quelli militari, anche a causa di alcune verità scomode venute a galla negli ultimi anni, come l'assenza di armi di distruzione di massa, l'enorme costo umano, etc.



*Comparing Visual Framing in Newspapers: Hurricane Katrina Versus Tsunami*⁸⁵

Porismita Borah

Tema: Tsunami nel sud-est asiatico (2004) e uragano Katrina (2005).

Media: The New York Times e The Washington Post, quotidiani USA.

Artefatto d'analisi: immagini.

Periodo: prima settimana di copertura di entrambi gli eventi.

Quantità: 264 immagini.

Quali frame sono usati nella rappresentazione dei due eventi nei quotidiani statunitensi? Vi sono differenze nella copertura dei due eventi? Dall'analisi di Borah emergono pochi frame di riferimento utilizzati in entrambi i casi, anche se in modo diverso (frame dell'interesse umano, frame politico, frame pragmatico, etc.). Inoltre, immagini di morte, anche piuttosto esplicite (primi piani delle vittime, ad esempio) sono più comuni nella rappresentazione dello tsunami, mentre per l'uragano Katrina vengono adottate più immagini dei sopravvissuti. Immagini politiche riguardano solo l'uragano del 2005, e colpevolizzano severamente il governo di non aver agito tempestivamente per evitare la tragedia. In generale, vi è una differenza di trattamento delle fotografie. Il sud-est asiatico è lontano dagli Stati Uniti e le vittime sono sconosciute ai più: per questo motivo, le imma-

gini cruente sono più numerose e di dimensioni più grandi. Ciò non avviene per le immagini degli effetti dell'uragano Katrina, che si presentano come più distanti dallo spettatore (non primi piani): il pubblico americano condannerebbe duramente la pubblicazione sui giornali di foto esplicite.



⁸³ FAHMY S., *Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English- and Arabic-language press coverage of war and terrorism*, in "the International Communication Gazette", vol. 72, n. 8 (2010), pp. 695-717. DOI:10.1177/1748048510380801.

⁸⁴ SCHWALBE C.B., art. cit., pp. 264-289.

⁸⁵ BORAH P., *Comparing Visual Framing in Newspapers: Hurricane Katrina Versus Tsunami*, in "Newspaper Research Journal", vol. 30, n. 1 (2009), pp. 50-57. DOI:10.1177/073953290903000106.

(sinistra) Corteo di protesta a Buenos Aires, Argentina, per un Tibet libero, organizzato durante le Olimpiadi di Pechino, 11 aprile 2008. [Beatrice Murch]

(sotto) La comunità cinese di Canberra, Australia, saluta il passaggio della torcia olimpica durante le Olimpiadi di Pechino, 24 aprile 2008. [Qi Heng]



*Picturing a journey of protest or a journey of harmony? Comparing the visual framing of the 2008 Olympic torch relay in the US versus the Chinese press*⁸⁶

Ying Huang e Shahira Fahmy

Tema: La fiamma olimpica nelle Olimpiadi di Pechino 2008.

Media: The New York Times, The Washington Post, The Chicago Tribune, The Los Angeles Times (quotidiani USA); People's Daily, Xinmin Evening News, Guangzhou Daily, Yangtze Evening Post (quotidiani cinesi).

Artefatto d'analisi: immagini, didascalie.

Periodo: 19 marzo 2008 - 4 maggio 2008.

Quantità: 357 immagini.

In questo studio Huang e Fahmy indagano il modo in cui i quotidiani cinesi e quelli statunitensi riportano la notizia del passaggio della torcia olimpica in vista dei Giochi della XXIX Olimpiade a Pechino, nel 2008. I media cinesi selezionati rappresentano l'evento in modo significativamente più positivo rispetto a quelli americani, enfatizzando un frame di armonia. I quotidiani USA, viceversa, utilizzano un frame di protesta soprattutto legato alla causa per un Tibet indipendente e ai diritti umani, sia nelle immagini che nelle didascalie.

⁸⁶ HUANG Y., FAHMY S., *Picturing a journey of protest or a journey of harmony? Comparing the visual framing of the 2008 Olympic torch relay in the US versus the Chinese press*, in "Media, War & Conflict", vol. 6, n. 3 (2013), pp. 191-206. DOI:10.1177/1750635213495601.





VISUAL FRAMING DELL'ISLAM

NELL'INFORMAZIONE GIORNALISTICA ONLINE IN ITALIA

4.1 Il visual framing applicato al fenomeno dell'Islam in Italia

I capitoli precedenti rappresentano un compendio per meglio comprendere da un lato l'immagine dell'Islam nei mezzi di comunicazione occidentali, con un focus sulla (limitata) letteratura che riguarda l'Italia, dall'altro un approccio metodologico, quello del framing (e la sua declinazione visiva, il visual framing), che può essere adottato per analizzare il modo in cui argomenti o fenomeni mediatici vengono "incorniciati" dagli outlet comunicativi.

Considerando la scarsità di studi che indagano la questione della rappresentazione negativa dell'Islam in Italia, la metodologia del visual framing è stata adottata, nella presente tesi, per analizzare un campione di immagini (principalmente fotografiche) utilizzate sui maggiori canali di informazione giornalistica online del Paese, in relazione ad Islam e musulmani.

Obiettivi, processo e risultati sono descritti nei seguenti paragrafi.

4.2 Obiettivi e ipotesi d'indagine

Obiettivi dell'analisi sono:

- 1 delineare una dimensione quantitativa della rappresentazione dell'Islam nei media italiani presi in considerazione;

- 2 verificare la presenza di costanti formali, cioè elementi visivi ripetitivi, per individuare le categorie principali di rappresentazione visiva dell'Islam in Italia (relativamente ai media selezionati ed al periodo di riferimento dell'analisi).

Inoltre, attraverso l'analisi si vuole rispondere al seguente quesito:

- 1 L'analisi di visual framing conferma i risultati di studi affini precedenti?

4.3 La scelta dell'informazione giornalistica online

Secondo Bruno, la stampa generalista e la televisione rappresentano «il principale serbatoio di rappresentazioni per il fruitore medio sull'insieme complesso di temi definibili come l'alterità musulmana.» Questo avviene perché, come già visto con Revell (2010) nel capitolo 2, quando non conosciamo in modo approfondito un argomento (come nel caso dell'Islam) siamo più propensi a farci guidare dai media mainstream, soprattutto in un paese come l'Italia in cui il mezzo televisivo si pone come uno dei canali informativi più utilizzati, se comparato al resto d'Europa².

L'informazione online, sotto forma di quotidiani digitali, portali informativi indipendenti o aggregatori di notizie, è andata diffondendosi capillarmente dagli anni '90 ad oggi, in concomitanza

¹ BRUNO M., *op. cit.*, p. 198. Cit.

² REUTERS INSTITUTE, *Digital News Report 2017*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2017, p. 78.

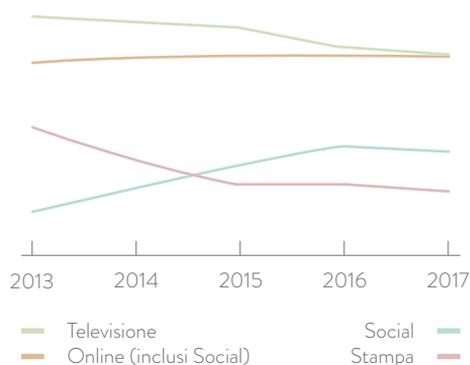
con la riduzione della carta stampata. Inoltre, essa presenta alcuni punti di forza come l'immediatezza, il continuo aggiornamento e la possibilità di essere letta ovunque ci si trovi grazie ai dispositivi mobili.

Possiamo distinguere tra quotidiani online con equivalente cartaceo (oggi quasi tutte le testate giornalistiche cartacee hanno un proprio sito web dove pubblicano notizie gratuite, contenuti extra a pagamento e una versione digitalizzata dell'edizione del giornale), quotidiani nativi digitali (comunque iscritti nei registri dei tribunali civili³) ed, ancora, altri portali di notizie e blog che non possono avvalersi della dicitura di testate giornalistiche ma che, comunque, risultano piuttosto cliccati.

Secondo il Digital News Report del 2017, prodotto dal Reuters Institute for the Study of Journalism, i numeri dei lettori delle news online in Italia sono in aumento, soprattutto attraverso smartphone e tablet, mentre quelli della stampa tradizionale sono in drastica diminuzione. I quotidiani online più letti sono quelli che hanno un equivalente cartaceo già affermato sul territorio nazionale, come La Repubblica.it, Corriere della Sera online e Il Fatto Quotidiano.it⁴

A febbraio 2017, i maggiori fruitori dei portali web in Italia (inclusi quelli dell'informazione giornalistica) sono rappresentati dalle fasce demografiche

Cambiamenti nell'utilizzo dei principali media in Italia⁵



25-34 anni e 35-54 anni. L'audience online va di pari passo con la penetrazione di internet che, nelle suddette fasce, è vicina al 100%.

Per il sempre maggior peso dell'informazione giornalistica online in Italia e la semplicità con cui possono essere

Accesso ad internet in Italia, giugno 2017⁶



³ CIMINO I.P., *Obbligo di registrare la pubblicazione on line quale testata giornalistica*, in "Il Diritto Industriale", n. 3 (2009), p. 267.

⁴ REUTERS INSTITUTE, *op. cit.*, p. 78.

⁵ *Ivi*, p. 79.

⁶ AUDIWEB, *Audiweb Trends 2017*, p. 8, audiweb.it/dati/online-report-audiweb-trends-diffusione-di-internet-in-italia-giugno-2017/.

reperiti i dati sul web (sia testuali che visuali), per la presente analisi la scelta dei media è ricaduta su tali portali digitali, elencati più dettagliatamente nella prossima sezione.

4.4 Selezione dei giornali

Come già visto, nel panorama online italiano esistono portali d'informazione che non possono definirsi quotidiani o testate giornalistiche. In alcuni casi, come Huffington Post Italia, si tratta di aggregatori di notizie; in altri, come ANSA.it, si tratta delle versioni web delle omonime realtà. Per chiarezza espositiva, comunque, nel prosieguo della trattazione verranno utilizzati termini quali "testata", "giornale", "brand", "portale" facendo riferimento anche ad aggregatori di notizie, agenzie di stampa e siti web di operatori televisivi.

Per individuare le testate giornalistiche da utilizzare, il database del portale Audiweb si è rivelato estremamente utile. Attraverso il documento di sintesi dei dati relativi al mese di febbraio 2017 e sulla base dell'audience digitale totale, sono stati definiti i *brand* più utili allo scopo.

Quattro criteri sono stati adottati per la selezione delle testate giornalistiche:

- 1 la lingua italiana;
- 2 la rilevanza a livello di audience;
- 3 la copertura nazionale;
- 4 la presenza di una sezione di notizie non tematiche.

Sono, quindi, stati esclusi titoli come La Gazzetta dello Sport, tematico, o La Nuova Sardegna, che ha carattere regionale.

Sono stati esclusi anche i portali web di prodotti editoriali periodici, quali Limes (mensile) o Internazionale (settimanale).

Infine, i rimanenti brand sono stati ordinati secondo i numeri di audience digitale totale, con La Repubblica.it al primo posto.

È stato ritenuto opportuno aggiungere alla lista anche alcuni titoli influenti nel panorama dell'informazione online italiana ma non presenti (o non più) nel database Audiweb. È il caso de Linkiesta.it, che fa la sua comparsa nel database Audiweb di dicembre 2014, e altre sei realtà tra cui Il Foglio.it e IlSussidiario.net.

4.5 Periodo di riferimento

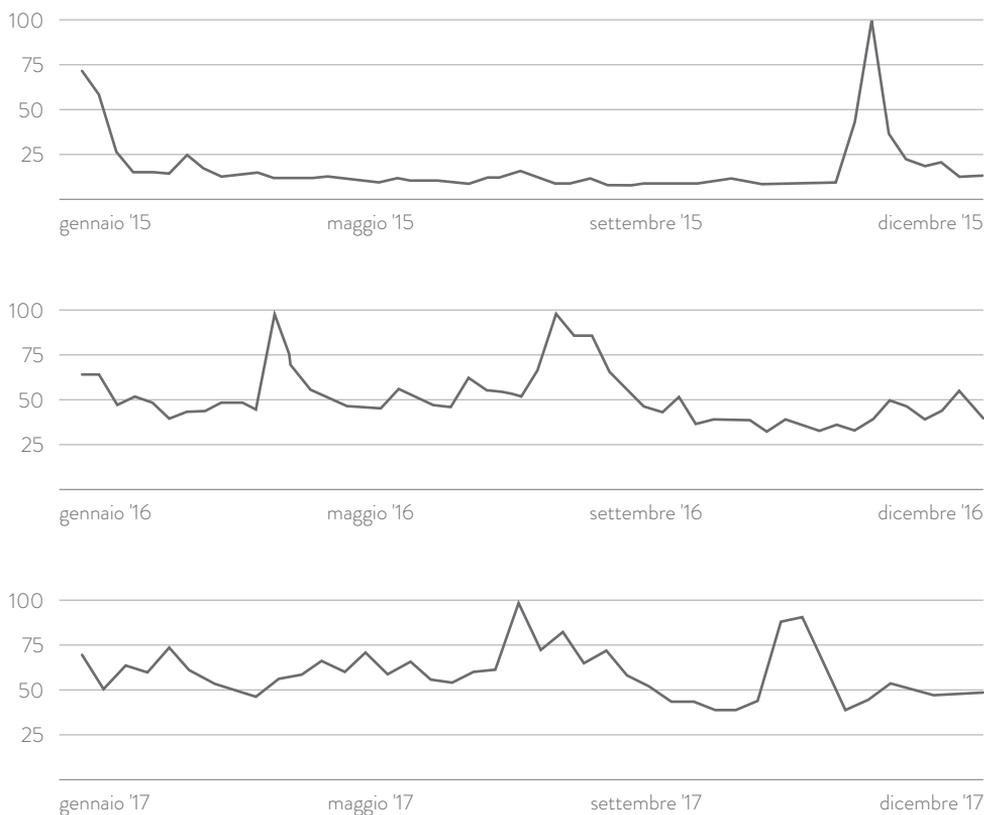
A differenza di molte analisi di visual framing che riguardano eventi specifici con un inizio e una fine nel tempo, questo studio si occupa di un argomento, l'Islam, in modo generale. Per ottenere risultati aggiornati, è stato scelto il 2017 come anno di riferimento; per mantenere una certa neutralità della notizia e poter stabilire quale rappresentazione si fa, in media, dell'Islam sono stati esclusi i periodi che coincidono con celebrazioni islamiche di rilievo e ben conosciute in Italia (il Ramadan, maggio-giugno 2017, o la festa del sacrificio, agosto-settembre 2017).

Attraverso lo strumento Google Trends, inoltre, è stato possibile verificare la frequenza della ricerca sul web di termini come "Islam" e "musulmano" nel 2017 e negli anni appena precedenti ed evitare, così, periodi in cui si registravano picchi di ricerca in positivo causati, molto probabilmente, da eventi di una certa rilevanza mediatica (festività, attacchi terroristici, etc.). La scelta è, quindi, ricaduta sul periodo di tempo febbraio-marzo-aprile 2017 rivelatosi, comunque, non privo di fatti importanti che hanno catturato più volte l'attenzione dei media.

4.6 Notizie sull'Italia e sull'Unione europea

Lo scopo è quello di indagare la rappresentazione dell'Islam "italiano": pertanto, sono state raccolte tutte quelle immagini di notizie che avevano a che fare con l'Islam sul territorio nazionale. Tuttavia, uno sguardo d'insieme è stato dato anche agli articoli e alle immagini che narravano di eventi in altri paesi dell'Unione europea. Sono state escluse, invece, tutte le altre nazioni, comprese realtà europee non aderenti all'UE come Svizzera o Norvegia.

Ricerca del termine "Islam" negli anni 2015, 2016 e 2017 su Goolge Italia (rielaborazione dati Google Trends)



SELEZIONE DI QUOTIDIANI E PORTALI D'INFORMAZIONE ONLINE

Rielaborazione brand Audiweb a febbraio 2017⁷ / gruppi editoriali a gennaio 2018⁸

| Brand | Editore | Tipo | Audience** | Rubriche incluse |
|------------------------|-------------------------------|------|------------|--------------------------|
| LA REPUBBLICA.IT | GEDI Gruppo Editoriale | O+C | 1.575.533 | |
| CORRIERE DELLA SERA* | RCS MediaGroup | O+C | 1.258.016 | edizioni locali |
| TGCOM24 | Mediaset | PO | 1.013.750 | |
| IL MESSAGGERO.IT* | Caltagirone Editore | O+C | 872.995 | |
| LA STAMPA.IT | GEDI Gruppo Editoriale | O+C | 632.690 | Vatican Insider |
| ANSA.IT | Ansa | PO | 435.425 | |
| IL FATTO QUOTIDIANO.IT | Editoriale Il Fatto | O+C | 430.019 | articoli da blog inclusi |
| IL SOLE 24 ORE* | Gruppo 24 ORE | O+C | 361.212 | IL Magazine |
| FANPAGE.IT | Ciaopeople | O | 277.257 | |
| BLOGO.IT | n.d. | A | 243.922 | |
| QUOTIDIANO.NET | Monrif Net | O+C | 231.620 | edizioni locali |
| IL GIORNALE.IT | Società Europea di Edizioni | O+C | 217.051 | |
| HUFFINGTON POST ITALIA | GEDI Gruppo Editoriale | A | 175.739 | Comunità di Sant'Egidio |
| LIBERO QUOTIDIANO.IT | Libero Quotidiano | O+C | 132.939 | |
| IL MATTINO.IT | Caltagirone Editore | O+C | 126.487 | |
| LEGGO.IT | Caltagirone Editore | O+C | 113.041 | |
| RAI NEWS | Rai | PO | 100.889 | |
| IL POST | Il Post | O | 85.920 | |
| LETTERA43 | NEWS 3.0 | O | 64.347 | |
| SKY TG24 HD | Sky Italia | PO | 42.179 | |
| AFFARITALIANI.IT | Uomini & Affari | O | 35.771 | |
| IL TEMPO.IT | Quotidiano Il Tempo | O+C | 30.136 | |
| GIORNALE DI SICILIA | Editoriale Poligrafica | O+C | 29.687 | |
| NOTIZIE.IT | Notizie.it | O | 24.282 | |
| BREAKNOTIZIE.COM | NIC Investment & Consulting | O | 24.032 | |
| AGI | AGI | PO | 19.052 | |
| BLITZQUOTIDIANO.COM | Società Editrice Multimediale | O | 17.692 | |
| METRO NEWS | Metro International | O+C | 5.800 | |
| GLOBALIST | Globalist | O | 2.953 | |
| L'OSSERVATORE ROMANO | L'Osservatore Romano | O+C | 1.968 | |
| AGORAVOX | Cybon | O | 1.488 | |
| INFORMAZIONE.IT | informazione.it | A | 1.419 | |

Altri brand di rilievo

| Brand | Editore | Tipo | Audience** | Rubriche incluse |
|-----------------------|-------------------------------|------|------------|------------------|
| LINKIESTA.IT | Linkiesta.it | O | n.d. | |
| ADNKRONOS | Giuseppe Marra Comm. | PO | n.d. | |
| L'ALTRO QUOTIDIANO.IT | GeCem | O | n.d. | |
| AVVENIRE.IT | Avvenire Nuova Edit. Italiana | O+C | n.d. | |
| IL FOGLIO.IT | Foglio Quotidiano Soc. Coop. | O+C | n.d. | |
| IL MANIFESTO | Società cooperativa | O+C | n.d. | |
| ILSUSSIDIARIO.NET | non disponibile | O | n.d. | |

* brand in cui è presente un sistema di paywall (ad es. *Corriere della Sera**)

** audience digitale unica giornaliera totale a febbraio 2017

n.d. informazione non disponibile

O+C quotidiano online con equivalente cartaceo (ad es. *La Repubblica.it*)

O quotidiano online (ad es. *Fanpage.it*)

PO portale online di news dell'omonima realtà (ad es. *TGCOM24, Ansa.it*)

A aggregatore di notizie (ad es. *Blogo.it*)

⁷ AUDIWEB, *Sintesi dei dati - febbraio 2017*, audiweb.it/dati/disponibili-i-dati-audiweb-database-total-digital-audience-febbraio-2017/.

⁸ AUDIWEB, *Sintesi dei dati - gennaio 2018*, audiweb.it/dati/disponibili-i-dati-audiweb-database-total-digital-audience-gennaio-2018/.

4.7 Raccolta di dati

La ricerca e raccolta dei dati si è svolta nel mese di novembre 2017.

Prima di tutto, è stata definita una query di ricerca composta dalle parole "Islam", "musulmano" e termini derivati (quali musulmana, islamofobia, islamologia, islamico, islamista, etc.). Questa è stata inserita all'interno del motore di ricerca Google Search, insieme all'istruzione relativa alla ricerca all'interno di uno specifico sito internet (ad es. *site:repubblica.it*) e le date di riferimento (1° febbraio - 30 aprile 2017). L'operazione si è, quindi, ripetuta per tutti i brand d'informazione selezionati. Non sono state incluse nella ricerca le edizioni digitalizzate dei quotidiani cartacei.

In questo modo è stato possibile ottenere l'elenco, in ordine di rilevanza, di articoli, reportage, editoriali e annesse immagini pubblicati online da ogni testata nel periodo scelto, contenenti almeno uno dei termini di ricerca. I risultati sono stati visionati manualmente per stabilire, attraverso una rapida lettura, se il prodotto fosse conforme all'obiettivo della ricerca. Sono stati esclusi:

- articoli senza immagini;
- articoli che non riguardavano l'Islam, pur contenendo uno dei termini di ricerca;
- prodotti extra a pagamento (approfondimenti, di solito);
- articoli che non riguardavano l'Islam in Italia o in UE

Sono sempre stati inclusi, invece, quegli articoli in cui uno dei termini di ricerca compariva nel titolo o nel sottotitolo; quando il termine compariva solo nel corpo del testo, l'articolo necessitava di una valutazione più approfondita.

I principali quotidiani online con equivalente cartaceo pubblicano, al loro interno, articoli di edizioni locali. Sebbene quest'ultime non siano state incluse nelle query di ricerca, le notizie di tali edizioni locali sono state ritenute valide in quanto molte di esse avevano avuto risonanza a livello nazionale. Di seguito è possibile visionare la lista delle edizioni locali parzialmente integrate nella raccolta:

Corriere della Sera

- Corriere Fiorentino;
- Corriere di Bologna;
- Corriere Veneto;
- Corriere del Mezzogiorno.

Quotidiano.net

- il Resto del Carlino;
- La Nazione.

Tra i brand selezionati, i seguenti non hanno riportato risultati attinenti e sono stati esclusi dalle fasi successive di analisi:

- Breaknotizie.com;
- L'Osservatore Romano;
- informazione.it.

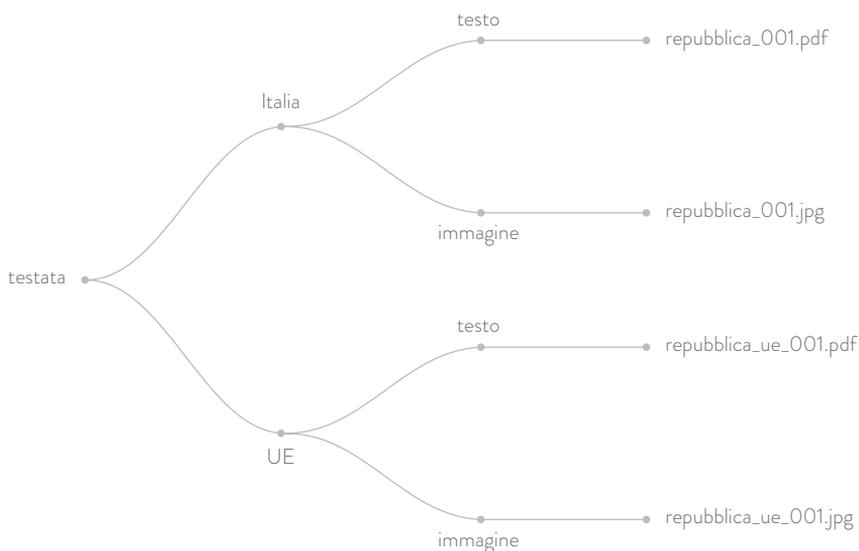
Tutti i prodotti conformi all'analisi sono stati raccolti e separati nelle due componenti, testo e immagine, divise per testata e per paese di riferimento (Italia o UE). Per ogni immagine è stata indicata la data di pubblicazione

dell'articolo, nonché una nomenclatura utile a fasi di analisi successive (ad es. *repubblica_001.jpg*).

Nei casi in cui l'articolo presentasse due o più immagini, tutte venivano raccolte e catalogate in ordine di apparizione nella pagina web (ad es. *repubblica_001b.jpg*, *repubblica_001c.jpg*). Nelle fasi successive e nei conteggi, comunque, è stata presa in considerazione solo la prima immagine in ordine di apparizione, considerata la principale, a meno che la pagina web non contenesse una versione qualitativamente migliore o integrale della stessa.

Lo stesso è valso per gli articoli contenenti esclusivamente degli slideshow di immagini: sebbene tutte le immagini siano state raccolte e catalogate in apposite cartelle, solo la prima di ogni slideshow è stata tenuta in considerazione.

Catalogazione preliminare dei dati



4.8 Individuazione di macrocategorie per argomento

Una volta ultimata la raccolta di immagini, queste sono state divise ulteriormente sulla base del tema dell'articolo in cui erano inserite. Le macrocategorie sono state individuate su base qualitativa e non sempre corrispondono alla sezione assegnata dal giornale stesso (politica, esteri, etc.).

Le macrocategorie contrassegnate con un asterisco non sono state ritenute quantitativamente rilevanti e, quindi, non sono state incluse nelle successive fasi di analisi.

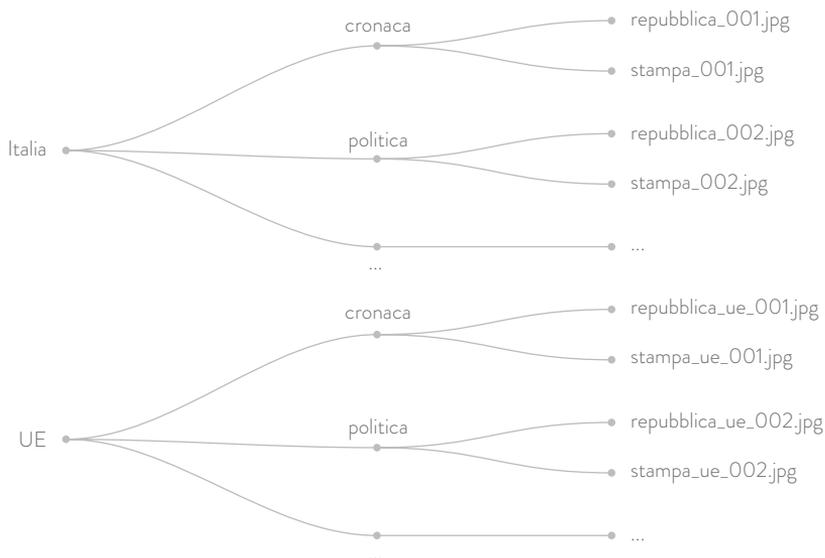
Italia

- Cronaca
- Politica
- Cultura, spettacolo e società (Cultura)
- Religione e dialogo interreligioso (Religione)
- Terrorismo e sicurezza (Terrorismo)
- Cronaca + politica
- Economia*
- Altre categorie ibride*

Unione europea

- Cronaca
- Politica
- Cultura, spettacolo e società (Cultura)
- Religione e dialogo interreligioso (Religione)
- Terrorismo e sicurezza (Terrorismo)
- Terrorismo + cultura
- Terrorismo + cronaca

Catalogazione dei dati per macrocategorie



Cronaca

La categoria *cronaca* include le immagini tratte da articoli che possono definirsi di: cronaca nera, se trattano di maltrattamenti in famiglia, offese, omicidi o violenza; cronaca bianca, se riguardano eventi neutri come assunzioni e licenziamenti, fatti cittadini; cronaca giudiziaria, quando descrivono fasi di processi giudiziari e condanne (non legati a fatti di terrorismo).

Politica

In *politica* sono state incluse le immagini allegare ad articoli che trattano di patti o regolamentazioni tra lo Stato italiano e le comunità islamiche (ad es. il *Patto nazionale per un Islam italiano*), azioni intraprese da partiti politici e amministrazioni (ad es. la regolamentazione sui centri culturali islamici dettata dalla Regione Lombardia) e commenti di personalità della politica italiana sul tema dell'Islam.

Cultura, spettacolo e società

Cultura, spettacolo e società, in seguito anche indicata come *cultura*, è una macrocategoria che raccoglie immagini di articoli di diverso genere come arte, sport, moda, cinema, televisione, editoria, eventi culturali in città, cibo e interviste a intellettuali che, da soli, contano un numero limitato di prodotti. Alcuni esempi sono la "bicicletta" delle donne musulmane a Milano per pari diritti e contro la violenza, oppure articoli biografici su Halima Aden, ex rifugiata somala ora modella americana che sfilava con il hijab.

Religione e dialogo interreligioso

Le immagini della categoria *religione e dialogo interreligioso*, in seguito indicata anche come *religione*, sono tratte da

articoli legati principalmente alla figura di Papa Francesco e, in misura minore, di altri leader spirituali sia cristiani che musulmani. Il frame del dialogo interreligioso è piuttosto comune (ad es. il viaggio del Papa in Egitto), mentre articoli che approfondiscono concetti o aspetti della religione islamica sono rari.

Terrorismo e sicurezza

Terrorismo e sicurezza, in seguito anche *terrorismo*, è la prima categoria per numero di articoli e immagini raccolti, sia per quanto riguarda l'Italia che l'Unione europea. Sebbene in Italia non si siano registrati attentati terroristici attribuiti allo Stato Islamico, sono molti gli articoli, assegnati a questa categoria, di casi di individui radicalizzati. Diverso è il caso di articoli e immagini legati a paesi dell'Unione europea, in cui prevalgono storie di attacchi alle città o alle persone da parte di affiliati dell'ISIS (o presunti tali). Sono state inserite in questa categoria anche le immagini tratte da articoli che descrivono operazioni di messa in sicurezza o pattugliamento delle città.

Macrocategorie per l'Italia:

Cronaca+politica

Ricadono nella categoria *cronaca+politica* alcuni articoli di cronaca, in particolare del Corriere della Sera e de Il Giornale.it, caratterizzati da una forte componente politica. È il caso delle notizie riguardanti apertura e chiusura di moschee o centri culturali islamici sul territorio italiano: storie di questo genere si possono considerare di cronaca bianca ma, in questi casi, sono costruiti intorno alle opinioni politiche di sindaci, deputati e ministri. È stato, quindi, ritenuto opportuno creare una categoria ibrida a parte.

IMMAGINI PER MACROCATEGORIA: ITALIA

| Brand | cronaca | politica | cultura | religione | terrorismo | cro+pol | economia | altre | TOTALE |
|------------------------|---------|----------|---------|-----------|------------|---------|----------|-------|--------|
| LA REPUBBLICA.IT | 10 | 5 | 9 | 3 | 25 | 6 | 1 | 0 | 59 |
| CORRIERE DELLA SERA | 18 | 7 | 21 | 8 | 19 | 13 | 0 | 0 | 86 |
| TGCOM24 | 2 | 2 | 4 | 2 | 7 | 0 | 0 | 0 | 17 |
| IL MESSAGGERO.IT | 8 | 2 | 1 | 8 | 14 | 1 | 0 | 0 | 34 |
| LA STAMPA.IT | 5 | 3 | 33 | 27 | 19 | 0 | 5 | 0 | 92 |
| ANSA.IT | 4 | 2 | 23 | 9 | 15 | 3 | 1 | 0 | 57 |
| IL FATTO QUOTIDIANO.IT | 5 | 0 | 2 | 2 | 17 | 0 | 0 | 0 | 26 |
| IL SOLE 24 ORE | 0 | 1 | 3 | 5 | 4 | 0 | 2 | 0 | 15 |
| FANPAGE.IT | 7 | 2 | 5 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| BLOGO.IT | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| QUOTIDIANO.NET | 10 | 0 | 3 | 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 21 |
| IL GIORNALE.IT | 21 | 17 | 12 | 12 | 33 | 15 | 2 | 5 | 117 |
| HUFFINGTON POST IT | 6 | 2 | 3 | 8 | 6 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| LIBERO QUOTIDIANO.IT | 5 | 9 | 4 | 11 | 13 | 0 | 1 | 0 | 43 |
| IL MATTINO.IT | 7 | 0 | 0 | 2 | 13 | 0 | 0 | 0 | 22 |
| LEGGO.IT | 3 | 0 | 0 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| RAI NEWS | 4 | 1 | 2 | 4 | 12 | 0 | 0 | 0 | 23 |
| IL POST | 0 | 3 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| LETTERA43 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 4 |
| SKY TG24 HD | 0 | 0 | 3 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| AFFARITALIANI.IT | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| IL TEMPO.IT | 1 | 0 | 1 | 3 | 5 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| GIORNALE DI SICILIA | 3 | 1 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| NOTIZIE.IT | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| AGI | 1 | 2 | 6 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 12 |
| BLITZQUOTIDIANO.COM | 3 | 0 | 0 | 0 | 5 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| METRO NEWS | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| GLOBALIST | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| AGORA VOX | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| LINKIESTA.IT | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| ADNKRONOS | 2 | 3 | 3 | 2 | 5 | 0 | 0 | 0 | 15 |
| L'ALTRO QUOTIDIANO.IT | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| AVVENIRE.IT | 3 | 1 | 7 | 13 | 1 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| IL FOGLIO.IT | 3 | 3 | 7 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 22 |
| IL MANIFESTO | 1 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| ILSUSSIDIARIO.NET | 3 | 3 | 8 | 11 | 13 | 0 | 0 | 0 | 38 |
| TOTALE | 138 | 74 | 178 | 154 | 248 | 38 | 12 | 6 | 848 |

IMMAGINI PER MACROCATEGORIA: UNIONE EUROPEA

| Brand | cronaca | politica | cultura | religione | terrorismo | ter+cul | ter+cro | TOTALE |
|------------------------|---------|----------|---------|-----------|------------|---------|---------|--------|
| LA REPUBBLICA.IT | 1 | 11 | 5 | 0 | 16 | 1 | 0 | 34 |
| CORRIERE DELLA SERA | 2 | 5 | 3 | 0 | 19 | 1 | 1 | 31 |
| TGCOM24 | 0 | 6 | 0 | 0 | 17 | 1 | 1 | 25 |
| IL MESSAGGERO.IT | 2 | 4 | 0 | 0 | 14 | 1 | 1 | 22 |
| LA STAMPA.IT | 0 | 11 | 1 | 2 | 23 | 1 | 0 | 38 |
| ANSA.IT | 0 | 6 | 0 | 0 | 9 | 0 | 1 | 16 |
| IL FATTO QUOTIDIANO.IT | 0 | 14 | 1 | 0 | 29 | 0 | 1 | 45 |
| IL SOLE 24 ORE | 0 | 12 | 0 | 0 | 8 | 0 | 0 | 20 |
| FANPAGE.IT | 1 | 3 | 1 | 0 | 13 | 0 | 1 | 19 |
| BLOGO.IT | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| QUOTIDIANO.NET | 0 | 4 | 1 | 0 | 13 | 1 | 1 | 20 |
| IL GIORNALE.IT | 3 | 34 | 3 | 1 | 46 | 0 | 2 | 89 |
| HUFFINGTON POST IT | 0 | 6 | 1 | 0 | 10 | 0 | 1 | 18 |
| LIBERO QUOTIDIANO.IT | 0 | 8 | 1 | 0 | 14 | 0 | 1 | 24 |
| IL MATTINO.IT | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 6 |
| LEGGO.IT | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 | 1 | 8 |
| RAI NEWS | 0 | 9 | 0 | 0 | 14 | 0 | 0 | 23 |
| IL POST | 0 | 5 | 0 | 0 | 14 | 0 | 0 | 19 |
| LETTERA43 | 0 | 2 | 1 | 0 | 6 | 0 | 0 | 9 |
| SKY TG24 HD | 1 | 0 | 1 | 0 | 6 | 2 | 0 | 10 |
| AFFARITALIANI.IT | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 |
| IL TEMPO.IT | 0 | 2 | 0 | 0 | 6 | 0 | 0 | 8 |
| GIORNALE DI SICILIA | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 5 |
| NOTIZIE.IT | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 4 |
| AGI | 0 | 3 | 0 | 0 | 7 | 0 | 0 | 10 |
| BLITZQUOTIDIANO.COM | 2 | 4 | 0 | 0 | 14 | 0 | 0 | 20 |
| METRO NEWS | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| GLOBALIST | 1 | 5 | 1 | 0 | 15 | 2 | 0 | 24 |
| AGORAVOX | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| LINKIESTA.IT | 0 | 4 | 1 | 0 | 5 | 0 | 0 | 10 |
| ADNKRONOS | 0 | 6 | 0 | 0 | 10 | 0 | 0 | 16 |
| L'ALTRO QUOTIDIANO.IT | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| AVVENIRE.IT | 0 | 7 | 1 | 1 | 4 | 0 | 0 | 13 |
| IL FOGLIO.IT | 0 | 8 | 7 | 2 | 20 | 0 | 0 | 37 |
| IL MANIFESTO | 0 | 4 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 7 |
| ILSUSSIDIARIO.NET | 0 | 5 | 0 | 1 | 14 | 0 | 0 | 20 |
| TOTALE | 15 | 191 | 30 | 7 | 388 | 11 | 14 | 656 |

Macrocategorie per l'Italia:

Economia e altre categorie ibride

Poche sono le immagini legate a notizie di economia. I pochi articoli riguardano la finanza islamica ed alcune iniziative promosse nella città di Torino dal sindaco Chiara Appendino. Si possono individuare, inoltre, pochi altri articoli in cui non si distingue una specifica categoria di appartenenza (ad es. un confronto tra Papa Francesco ed il presidente USA Donald Trump). A causa del numero esiguo di immagini raccolte, tali categorie non sono incluse nelle successive fasi di analisi.

Macrocategorie per l'UE:

Terrorismo+cultura,

Terrorismo+cronaca

Gran parte delle immagini legate a notizie sull'Islam nei paesi dell'Unione europea ha a che fare, in qualche modo, con il frame del terrorismo islamista.

Sono stati identificati due gruppi di articoli di categoria ibrida: uno riguarda alcune manifestazioni di solidarietà delle donne musulmane a Londra, in seguito agli attentati di Westminster del 22 marzo 2017 (*terrorismo+cultura*); l'altro si focalizza su minuziose descrizioni della figlia "occidentalizzata" di Khalid Masood, il terrorista islamista responsabile degli attentati di cui sopra (*terrorismo+cronaca*).

Una volta raggruppate tutte le immagini per macrocategoria, è stato subito possibile notare una certa somiglianza tra le stesse: ad esempio, la categoria *cronaca* si caratterizzava per un numero elevato di immagini raffiguranti donne velate, spesso inconsapevoli dello scatto fotografico; le immagini di *cultura*, invece, mostravano soprattutto sia donne che uomini in posa davanti all'obiettivo.

4.9 Analisi delle immagini

Per poter verificare in modo sistematico la presenza o meno di elementi di ripetizione all'interno dei gruppi di immagini, ognuna di esse è stata analizzata sulla base del contenuto. Prima, però, è stato necessario stabilire dei livelli di analisi e le rispettive variabili, attraverso gli approcci teorici individuati nel capitolo precedente (salienza delle immagini -attenzione, prominenza, valenza- e livelli del visual framing).

Attenzione

Quante volte compare l'elemento visivo: una volta terminata l'analisi di ciascuna immagine, è stato possibile determinare la frequenza con cui ciascun elemento visivo compariva e stabilire, così, la presenza o meno di costanti formali.

Prominenza

Dimensione e posizione delle immagini: solo la prima immagine in ordine di apparizione in un articolo o slideshow è stata presa in considerazione, mentre nessun dato è stato registrato per la dimensione, in quanto ogni testata utilizza, nel proprio sito internet, immagini di dimensioni differenti e non confrontabili;

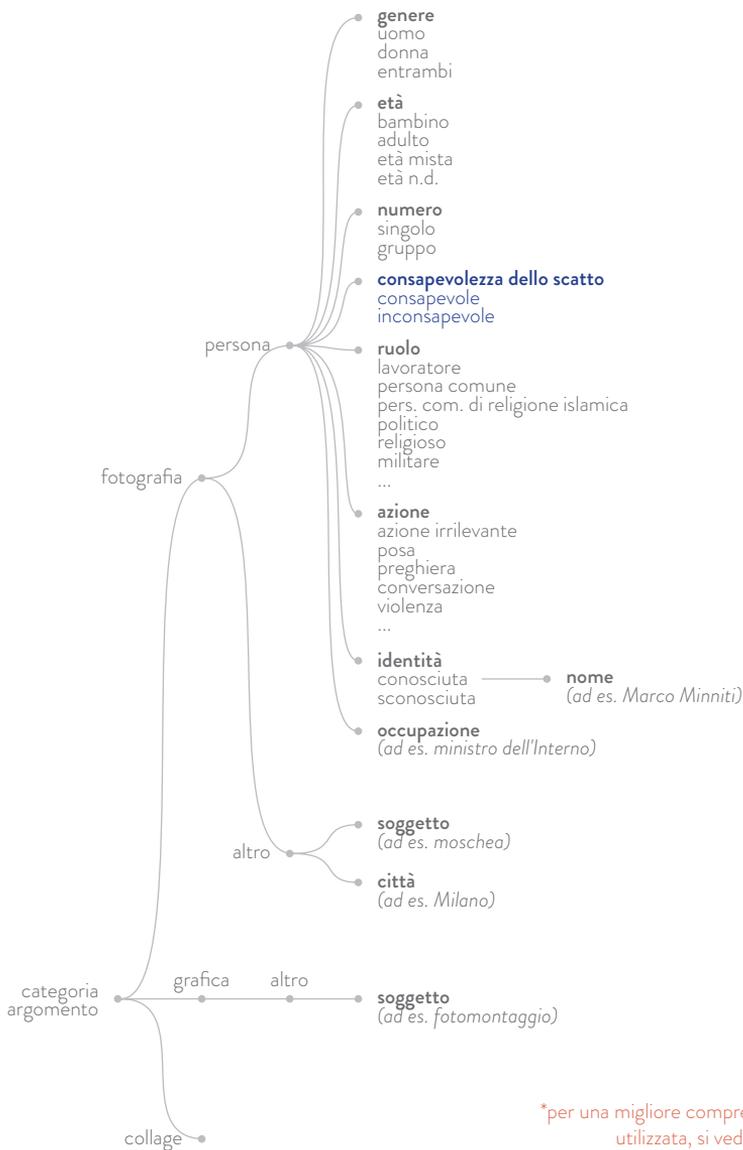
Valenza e livelli di visual framing

Elementi compositivi e stilistici delle immagini: l'analisi si è basata principalmente sul 1° livello di visual framing (Rodriguez e Dimitrova, 2011). Sono stati indagati gli elementi compositivi dell'immagine, con particolare riferimento alle fotografie che ritraevano persone; sono stati esclusi, invece, gli elementi di sfondo (paesaggio urbano o naturale, etc.) in quanto ritenuti super-

Esempio di schema di analisi delle immagini

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing



*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

flui. Per un 2° livello di visual framing è stata inclusa la variabile *consapevolezza dello scatto* (il soggetto raffigurato è consapevole o meno della presenza di macchine fotografiche o strumenti affini?). La maggior parte di questi livelli sono comuni a tutte le macrocategorie (ad es. *genere* dell'individuo, *consapevolezza dello scatto*, etc.) mentre altri sono propri di specifici gruppi (ad es. la *presenza di armi* nelle immagini in *terrorismo e sicurezza*).

Sulla base di questi livelli e le rispettive variabili, schematizzati nella pagina precedente, ad ogni immagine sono stati assegnati i tag corrispondenti. Ad esempio, l'immagine in basso è stata etichettata con i seguenti tag:

categoria: *cronaca*
immagine: *fotografia*
soggetto: *persona*
genere: *donna*
età: *adulta*
numero: *singola*
consapevolezza dello scatto: *consapevole*
ruolo: *pers. comune di religione islamica*
azione: *posa*
identità: *conosciuta (Aghnia Adzkia)*
velo: *indossa il velo*
tipo di velo: *hijab*



Le immagini *collage* rappresentano un discorso a parte: per collage si intende un'immagine che si compone di due o più fotografie o elementi di grafica; solo i *collage* il cui contenuto raffigura soggetti simili o identici sono stati sottoposti ad analisi più approfondita.

Una volta etichettate tutte le immagini, i metadati (compresi i nomi dei file e le date inserite) sono stati estratti e riordinati in fogli elettronici elaborati attraverso Microsoft Excel.

Allo stesso tempo, gli articoli corrispondenti a ciascuna immagine sono stati analizzati superficialmente in modo da estrapolare le seguenti informazioni:

- l'argomento dell'articolo;
- la città protagonista dell'articolo (se applicabile);
- la posizione (se nel titolo, sottotitolo o corpo del testo) in cui compare per la prima volta nell'articolo uno dei termini di ricerca ("Islam", "musulmano" o derivati).

In questo modo, ad ogni immagine, individuata attraverso il nome del file, corrispondevano i tag assegnati ma anche alcune informazioni sul relativo articolo.

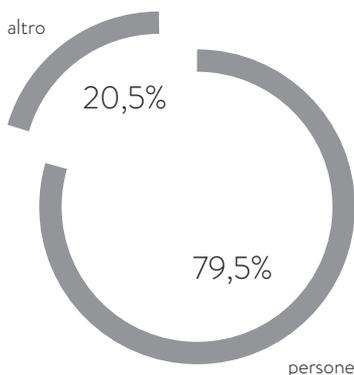
Infine, i dati dei fogli di calcolo sono stati inseriti in RAWGraphs (strumento progettato dal laboratorio di Density-Design del Politecnico di Milano) per ottenere delle visualizzazioni grafiche facilmente fruibili e comprensibili, visionabili nelle pagine seguenti.

4.10 Risultati per l'Italia

848 immagini in totale di cui:
674 raffigurano *persone* (79,5%);
174 raffigurano *altro* (20,5%).

Le visualizzazioni che seguono riportano i dati più significativi individuati, divisi per macrocategoria, tenendo conto che:

- 1 solo le visualizzazioni più rilevanti sono state incluse in queste pagine;
- 2 maggiore importanza è stata conferita alle immagini che raffigurano *persone*;
- 3 le immagini che raffigurano *altro* sono risultate rilevanti solo per la macrocategoria *terrorismo e sicurezza*;
- 4 i dati relativi alle immagini *collage*, spesso impossibili da analizzare secondo gli schemi di analisi, non sono inclusi nelle visualizzazioni;
- 5 le immagini sono state analizzate secondo variabili che differiscono parzialmente di categoria in categoria;
- 6 le visualizzazioni dedicate alle immagini sono costruite attraverso due colori per una più facile fruizione: in verde sono indicate le variabili più comuni (cioè, quelle indicate come costanti formali), in giallo sono rappresentate le variabili minori;
- 7 visualizzazioni a parte sono dedicate alle informazioni degli articoli (ad es. testata, argomento);
- 8 variabili come *età* e *numero*, pur presenti negli schemi d'analisi, non sono state ritenute influenti ai fini dell'indagine e sono sempre escluse dalle visualizzazioni.



Cronologia degli articoli

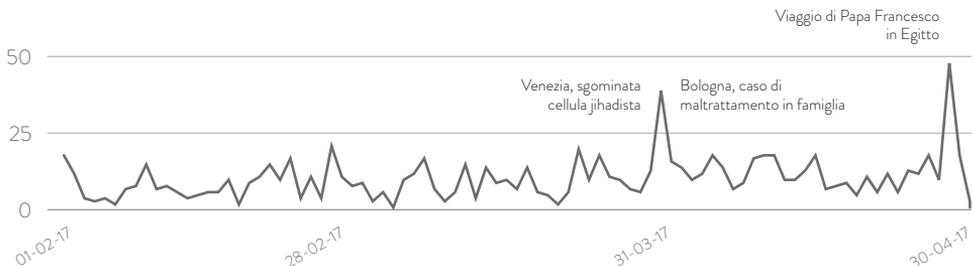
Disponendo in ordine cronologico la pubblicazione degli articoli raccolti, è possibile notare che tra il 1° febbraio e il 30 aprile 2017 siano solamente due i momenti di maggiore attenzione mediatica da parte dei giornali online nei confronti dell'Islam.

Il 31 marzo 2017 si registrano 38 storie legate in qualche modo ad Islam e musulmani. A Venezia viene sgominata una cellula jihadista e quattro presunti radicalizzati islamisti di nazionalità kosovara vengono arrestati. «Con Venezia guadagni subito il paradiso per quanti miscredenti ci sono qua. Mettere una bomba a Rialto⁹,» si comprende dalle intercettazioni telefoniche registrate dalla polizia. Probabilmente, il clamore mediatico deriva proprio dalla fama del ponte di Rialto, uno dei simboli del capoluogo veneto. Lo stesso giorno rimbalza su diverse testate la notizia di una quattordicenne di Bologna che, una mattina, si presenta a scuola con i capelli rasati: la giovane sostiene che

sia stata la madre a compiere il gesto, come punizione per non voler indossare il velo islamico: «un velo che [la ragazza] non si sentiva più di vestire, ma che per la cultura islamica dei genitori, di origini bengalesi, era evidentemente impensabile¹⁰,» scrivono Giuseppe Baldessarro e Ilaria Venturi su La Repubblica.it. La notizia, inserita nella categoria *cronaca*, è una delle molte storie legate ai maltrattamenti in famiglia a cui i portali d'informazione presi in considerazione hanno dato eco.

Altra data di rilievo è il 28 aprile 2017, giorno di inizio del viaggio apostolico di Papa Francesco in Egitto. Sono una trentina le notizie dedicate al papa e alla sua missione conciliatrice tra le religioni, in particolare quelle cristiana e islamica. Da una lettura qualitativa degli articoli a riguardo, si appura che il *sentiment* utilizzato è piuttosto positivo e di speranza per un dialogo costruttivo tra Chiesa e Islam.

Articoli / numero di articoli raccolti pubblicati tra il 1° febbraio 2017 e il 30 aprile 2017



⁹ TONACCI F., *Terrorismo: sgominata cellula jihadista a Venezia: Bomba a Rialto e guadagni il paradiso*, in "La Repubblica.it", 30 marzo 2017, URL consultato il 21 febbraio 2018, repubblica.it/cronaca/2017/03/30/news/terrorismo_bltz_ps-cc_sgominata_cellula_jihadista_a_venezia-161762041/. Cit.

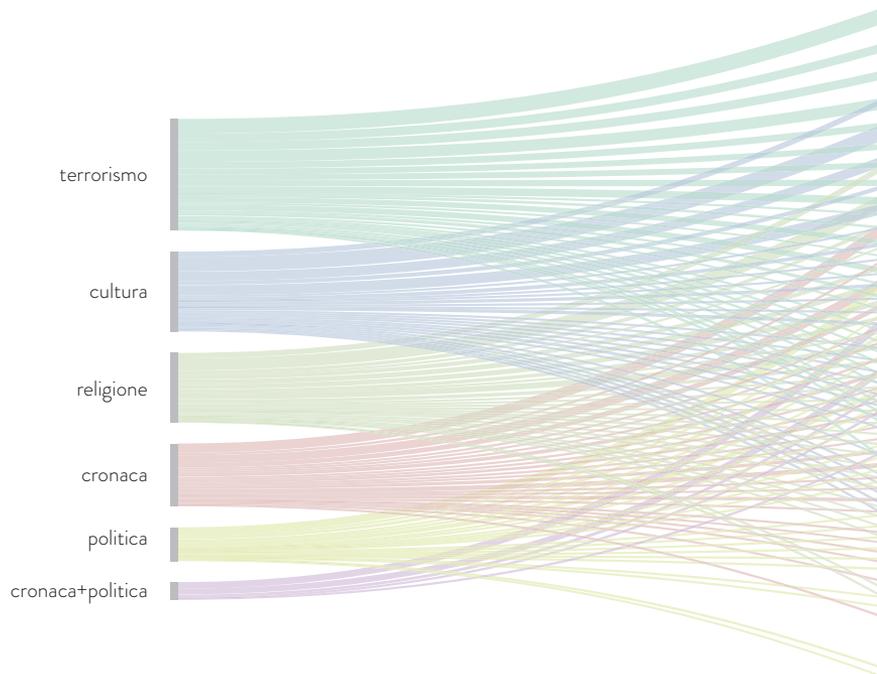
¹⁰ BALDESSARRO G., VENTURI I., *Bologna, non vuole indossare il velo e la madre le raso i capelli: sottratta ai genitori. "Aveva i pidocchi"*, in "La Repubblica.it", 31 marzo 2017, URL consultato il 21 febbraio 2018, bologna.repubblica.it/cronaca/2017/03/31/news/ragazza_velo_madre-161871186/. Cit.

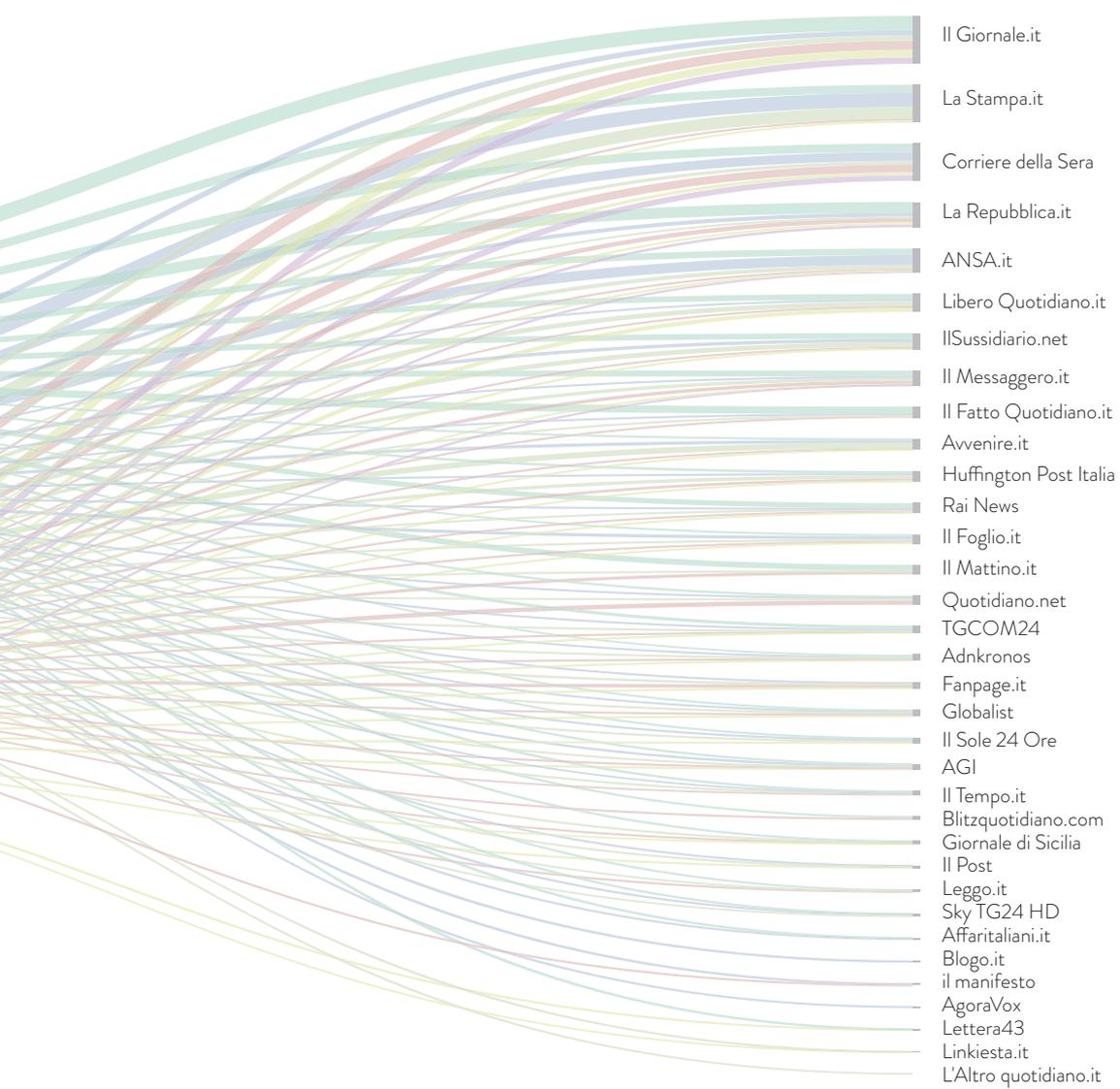
Testate e categorie degli articoli

Tra le testate online che hanno scritto di più sull'Islam vi sono Il Giornale.it, La Stampa.it e il Corriere della Sera. Seguono La Repubblica.it ed ANSA.it.

Le categorie di cui si è scritto di più sono *terrorismo e sicurezza* (248 articoli raccolti), *cultura, spettacolo e società* (al secondo posto) e *religione e dialogo interreligioso* (principalmente grazie a notizie su Papa Francesco); seguono le notizie di *cronaca e politica*.

Sebbene la componente testuale degli articoli non sia indagata in modo approfondito in questa tesi, è possibile notare come non vi siano particolari differenze di contenuto tra la maggior parte dei brand presi in considerazione. Le testate maggiori dal punto di vista dell'audience sono quelle che pubblicano di più sul tema Islam. Più marginale è Il Sole 24 Ore, meno incline a coprire storie di cronaca. Non stupiscono i portali di informazione al fondo di questa classifica, come Affaritaliani.it e Blog.it, meno diffusi.





Il Giornale.it

La Stampa.it

Corriere della Sera

La Repubblica.it

ANSA.it

Libero Quotidiano.it

IISussidiario.net

Il Messaggero.it

Il Fatto Quotidiano.it

Avenire.it

Huffington Post Italia

Rai News

Il Foglio.it

Il Mattino.it

Quotidiano.net

TGCOM24

Adnkronos

Fanpage.it

Globalist

Il Sole 24 Ore

AGI

Il Tempo.it

Blitzquotidiano.com

Giornale di Sicilia

Il Post

Leggo.it

Sky TG24 HD

Affaritaliani.it

Blogg.it

il manifesto

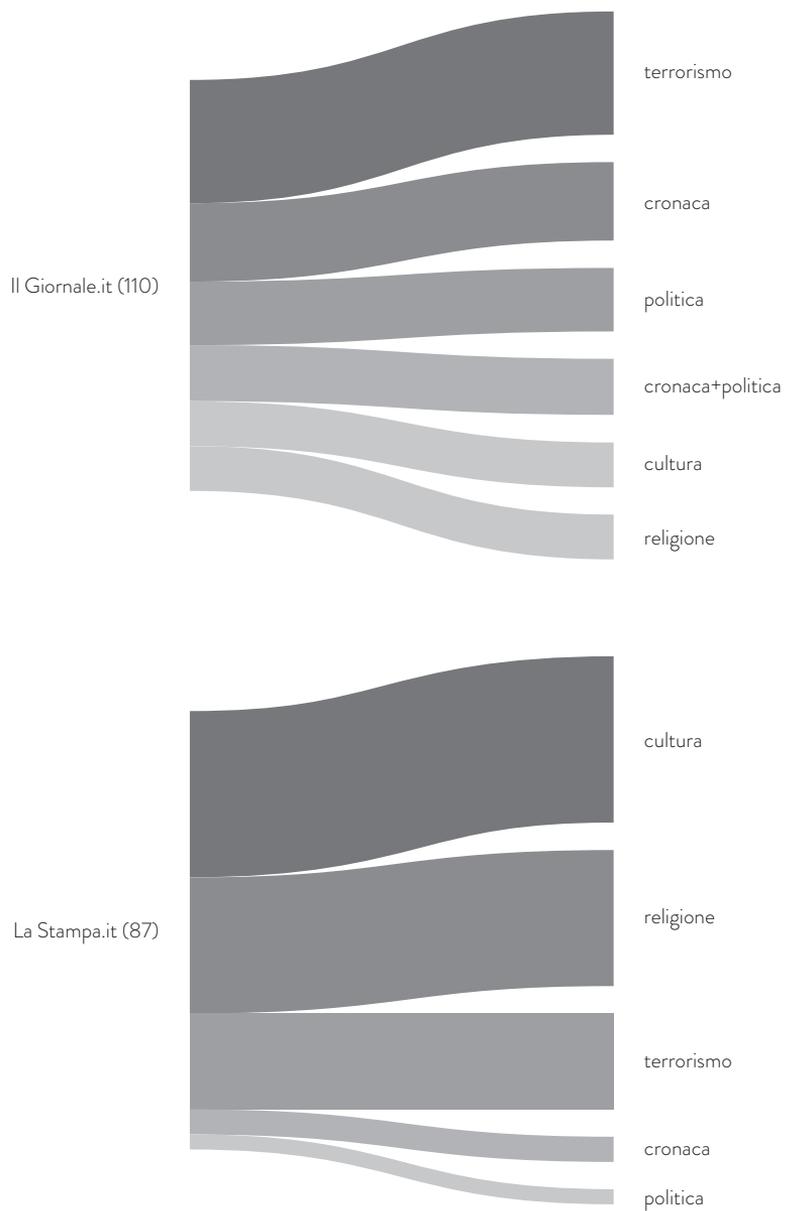
AgoraVox

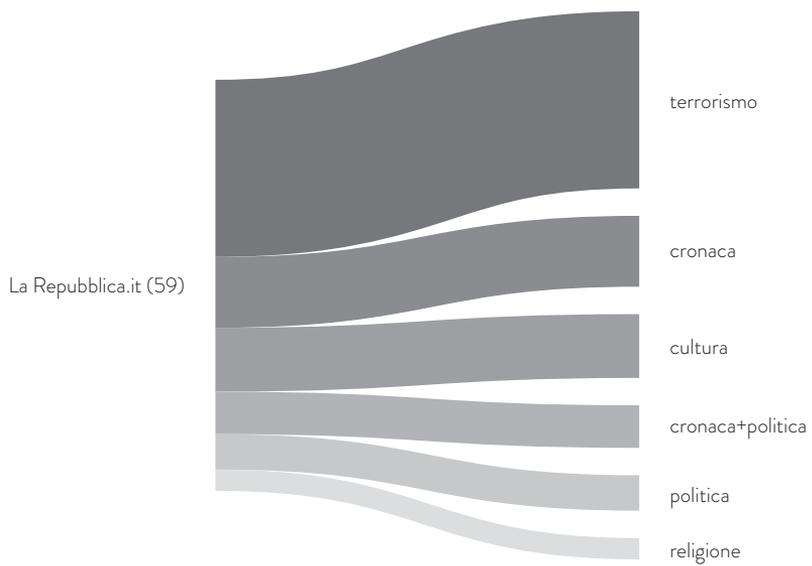
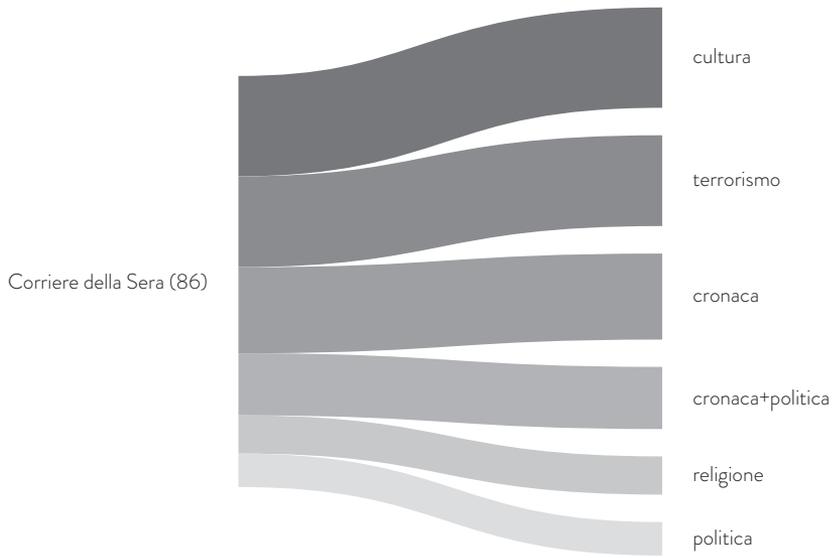
Lettera43

Linkiesta.it

L'Altro quotidiano.it

Articoli / categorie per i primi 4 quotidiani online per numero di articoli pubblicati





il Giornale

Il *Giornale.it* e *La Stampa.it*, i primi due brand per numero di notizie su Islam e musulmani pubblicate nel periodo di indagine, meritano una menzione a parte. Il *Giornale.it*, di Alessandro Sallusti, con i suoi 110 articoli (117, se includiamo *economia* e altre categorie ibride), sembra avere una certa ossessione nei confronti dell'ar-

gomento, e pubblica storie che non si trovano sulle altre testate. La maggior parte delle immagini che utilizza sono di repertorio, sebbene ciò non venga menzionato, e non presentano nessuna didascalia. Di seguito sono riportati i titoli dei primi 6 articoli raccolti per *Il Giornale.it* (secondo l'ordine di rilevanza di Google Search):

"Ecco perché integrare l'islam resta soltanto un'illusione"
di Luigi Mascheroni, 5 marzo 2017;

Islam, la provocazione: "I terroristi vanno sepolti in pelli di animali impuri"
di Giovanni Neve, 21 aprile 2017;

I contratti di lavoro di Allah. Cosa pretendono gli islamici
di Stefano Filippi, 19 aprile 2017;

Caro Papa Francesco si sbaglia il terrorismo islamico esiste
di Magdi Cristiano Allam, 18 febbraio 2017;

Tra 50 anni musulmani in maggioranza
di Roberto Fabbri, 19 marzo 2017;

Quando il Duce in Africa sguainò la Spada dell'Islam
di Giancarlo Mazzuca, 12 marzo 2017.

Queste storie, ad eccezione di un paio, sono uniche de *Il Giornale.it* e non si trovano articoli analoghi sulle altre testate. Il tono dei titoli è piuttosto duro e perentorio. Infine, le immagini rappresentano principalmente uomini musulmani in preghiera o donne

musulmane che indossano niqab o burqa, veli che coprono l'intero corpo della donna, volto compreso. Delle 110 storie pubblicate, la maggior parte riguardano terrorismo e fatti di cronaca, e solo una piccola parte è dedicata a cultura o religione.

LA STAMPA

La Stampa.it di Maurizio Molinari (dal 1° gennaio 2016), al contrario, si concentra principalmente sulle categorie *cultura* (33 articoli) e *religione* (27 articoli). Questo risultato non deve necessariamente stupire in quanto da giugno 2011 La Stampa.it ha attivato la rubrica dal titolo Vatican Insider, condivisa con il quotidiano Il Secolo XIX,

che copre principalmente notizie del Papa e della Chiesa Cattolica. Così, 22 dei 27 articoli della categoria *religione* sono pubblicati proprio tramite questa rubrica. La Stampa riserva grande spazio anche al mondo dell'arte, dello spettacolo e del cinema. Vediamo ora i titoli delle prime 6 notizie raccolte (secondo l'ordine di rilevanza di Google Search):

L'islam italiano si organizza: nasce la "Costituente Islamica"
di Karima Moual, 31 marzo 2017;

Patto con l'Islam, nasce il fronte dei musulmani laici
di Karima Moual, 6 aprile 2017;

Il dialogo della vita fra cristiani e musulmani
di Elena Dini, Vatican Insider, 23 febbraio 2017;

Torino guarda all'Islam nel Turin Islamic Economic Forum
di autore non definito, 28 febbraio 2017;

"La conoscenza vera dell'Islam è l'antidoto al radicalismo"
di Karima Moual, 25 febbraio 2017. Intervista al Grande Imam di al-Azhar de Il Cairo;

"È il Gesù Profeta del Corano la risposta alla crisi dell'Islam"
di Rolla Scolari, 23 marzo 2017. Lo scrittore turco Akyol tratta di fanatismo e laicismo.

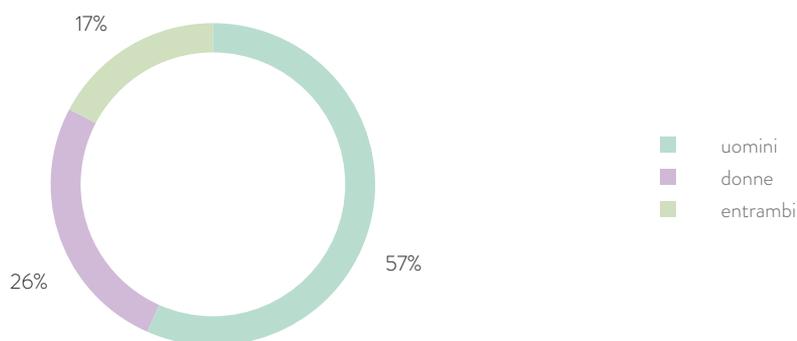
Il tono utilizzato è decisamente più soft e i titoli ci informano di eventi positivi legato al mondo dell'Islam, come la nascita di Ishan o del *Patto nazionale per un Islam italiano*. Il tema dei maltrattamenti in famiglia è, in generale, affrontato con più delicatezza.

Le immagini allegate a questi articoli sono più variegata e comprendono sì uomini musulmani in preghiera, ma anche leader spirituali in posa e politici. Le immagini di repertorio riguardano la Grande Moschea di Roma e sono sempre presenti didascalie descrittive.

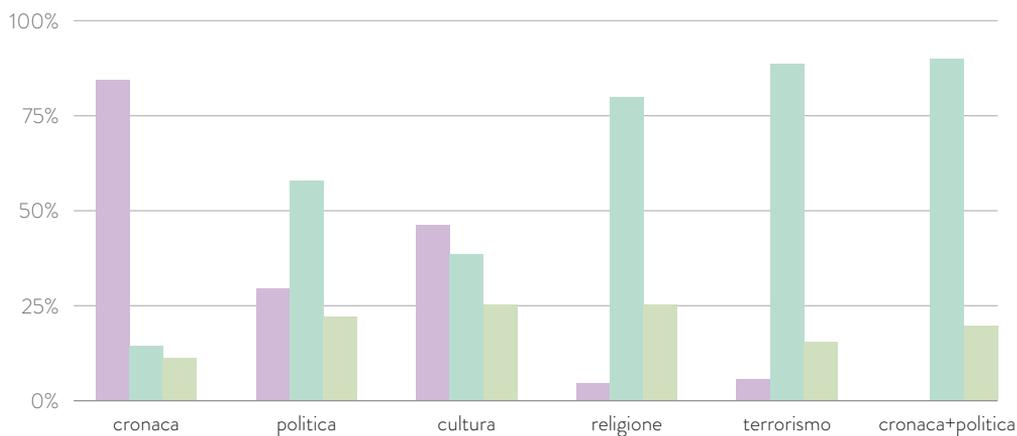
Uomini, donne e personalità frequenti

Per quanto riguarda il genere dei soggetti delle immagini, le donne sono preponderanti nelle categorie *cronaca* e *cultura*, mentre nelle restanti sezioni sono gli uomini a comparire più spesso. Tra le personalità conosciute (o i cui nomi sono riportati nel corpo del testo dell'articolo o nella didascalia), primo su tutti vi è Papa Francesco, il quale compare 98 volte (circa il 14,5% delle immagini totali che raffigurano *persone*).

Immagini / percentuale complessiva di uomini e donne



Immagini / percentuale di uomini e donne per categoria



Immagini / numero di volte in cui compaiono le personalità più frequenti (≥ 5)

Papa Francesco

98

Muhammad Alfredo

radicalizzato islamista

8

Ahmad al-Tayyib

Grande Imam di al-Azhar

25

Izzeddin Elzir

imam e presidente UCOII

6

Marco Minniti

ministro dell'Interno

18

Aghnia Adzkie

persona comune

5

Mouner El Aoual

radicalizzato islamista

18

Ahlam El Brinis

modella

5

Anis Amri

terrorista islamista

11

Giancarlo Giannini

attore

5

Dario Nardella

sindaco di Firenze

9

Soufiane Amri

radicalizzato islamista

5

Halima Aden

modella

8

Zahra Lari

atleta

5

CRONACA

138 immagini totali di cui:

107 raffigurano *persone*;

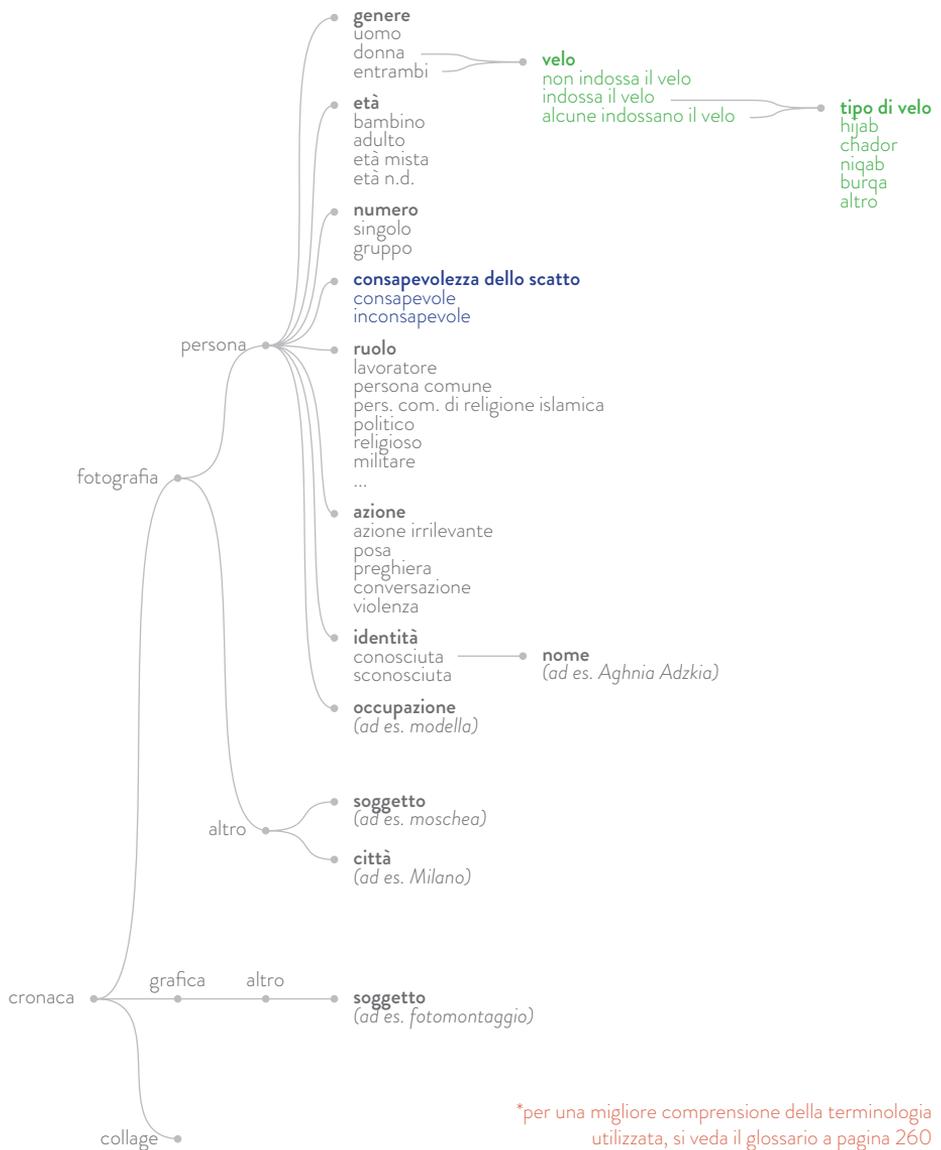
31 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria *cronaca*

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

elementi della categoria *cronaca*

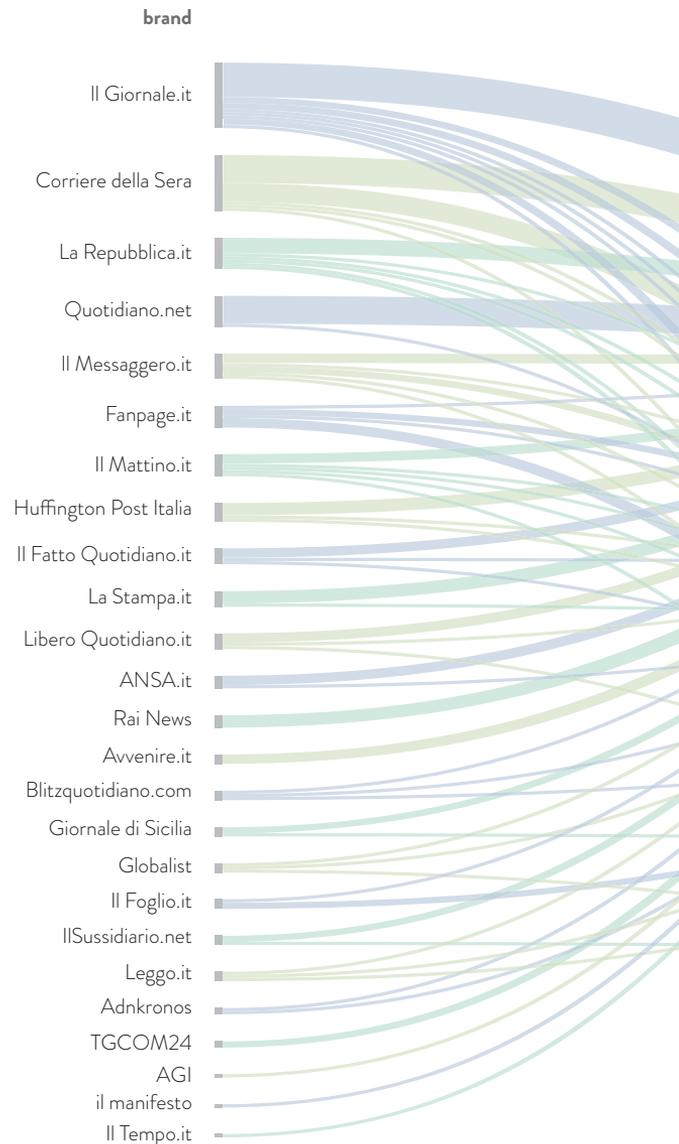


*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

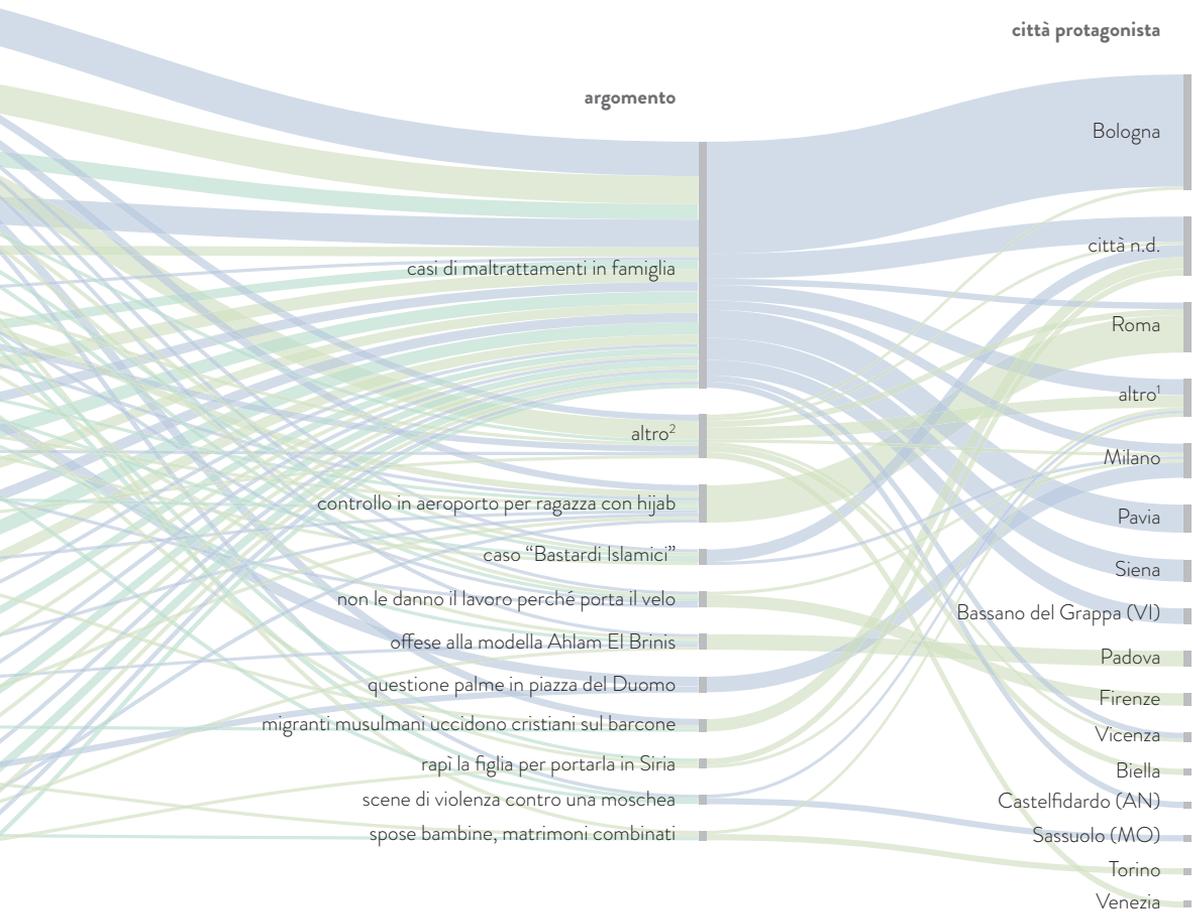
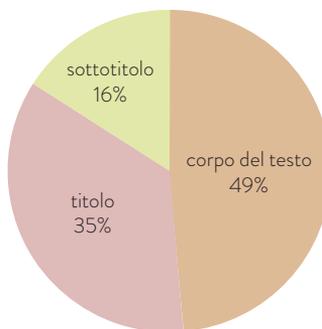
Le notizie della categoria *cronaca* riguardano soprattutto casi di maltrattamenti in famiglie musulmane (79 articoli) e la città più nominata è Bologna. Vediamo ora quali sono le costanti formali delle immagini raccolte. La maggior parte di esse (77%) è caratterizzata dall'esclusiva presenza di donne:

- inconsapevoli della presenza dell'obiettivo fotografico;
- musulmane;
- riprese mentre camminano per strada o in altri atteggiamenti privi di rilevanza;
- che indossano il velo islamico;
- la cui identità è sconosciuta;
- il velo che compare più frequentemente è il hijab.

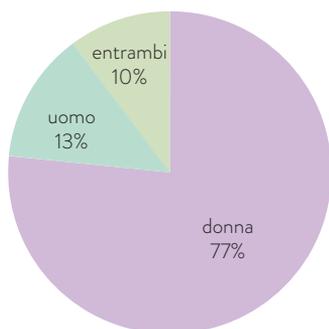
In sintesi, protagoniste delle immagini di *cronaca* sono donne, musulmane, di cui non conosciamo l'identità. Gli scatti risultano, nella maggior parte dei casi, "rubati". Tutto ciò che sappiamo di loro è che portano il velo islamico. Questo tipo di rappresentazione visiva, legata a notizie di maltrattamenti e violenza, dà adito ad un sentimento piuttosto comune e documentato nei paesi occidentali: quello della donna musulmana che, quasi incapace di provvedere a se stessa, deve essere "salvata" dall'Islam e dai suoi uomini violenti.



Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:



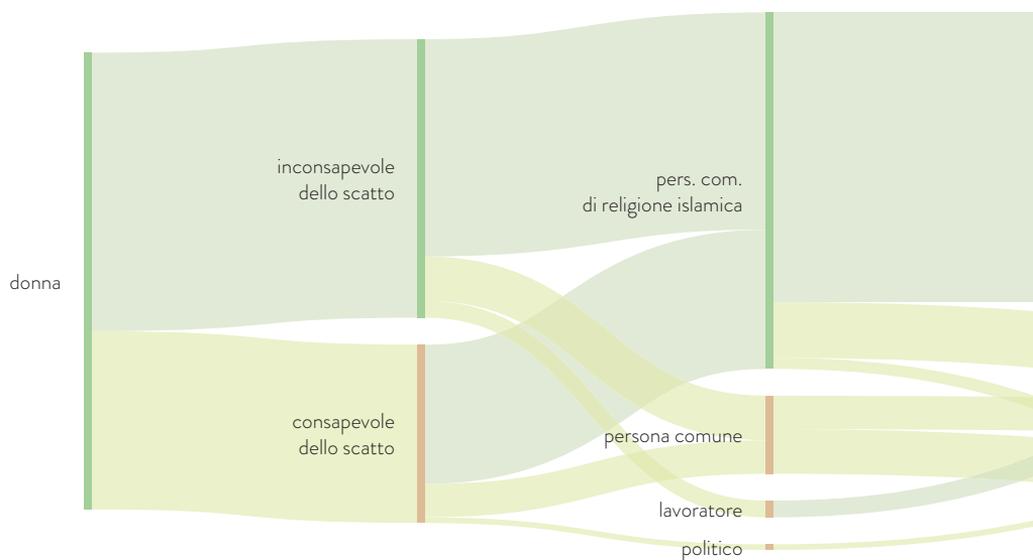
n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta
 altro² variabile compare 1-2 volte



Genere delle persone nelle immagini di *cronaca*

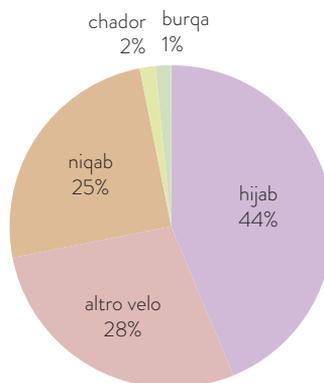
Cronaca / immagini / persone / donne

Considerando la forte presenza delle donne tra le immagini della categoria *cronaca*, la visualizzazione seguente si concentra sulle caratteristiche delle stesse, per evidenziare le variabili più comuni.

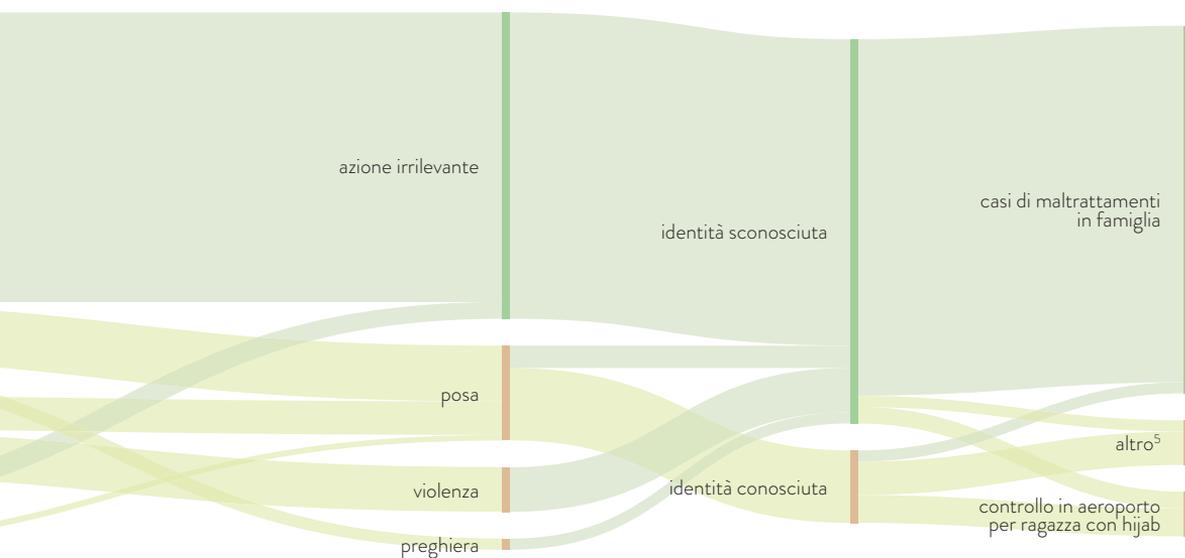


■ variabili maggiori (costanti formali)
 ■ variabili minori

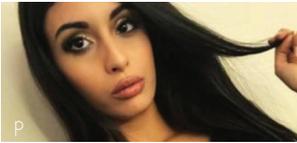
Varianti di **velo islamico**
indossato dalle donne musulmane
nelle immagini di *cronaca*

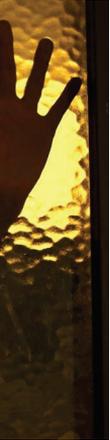


**argomento associato
alle immagini**



altro⁵ variabile compare 1-5 volte





POLITICA

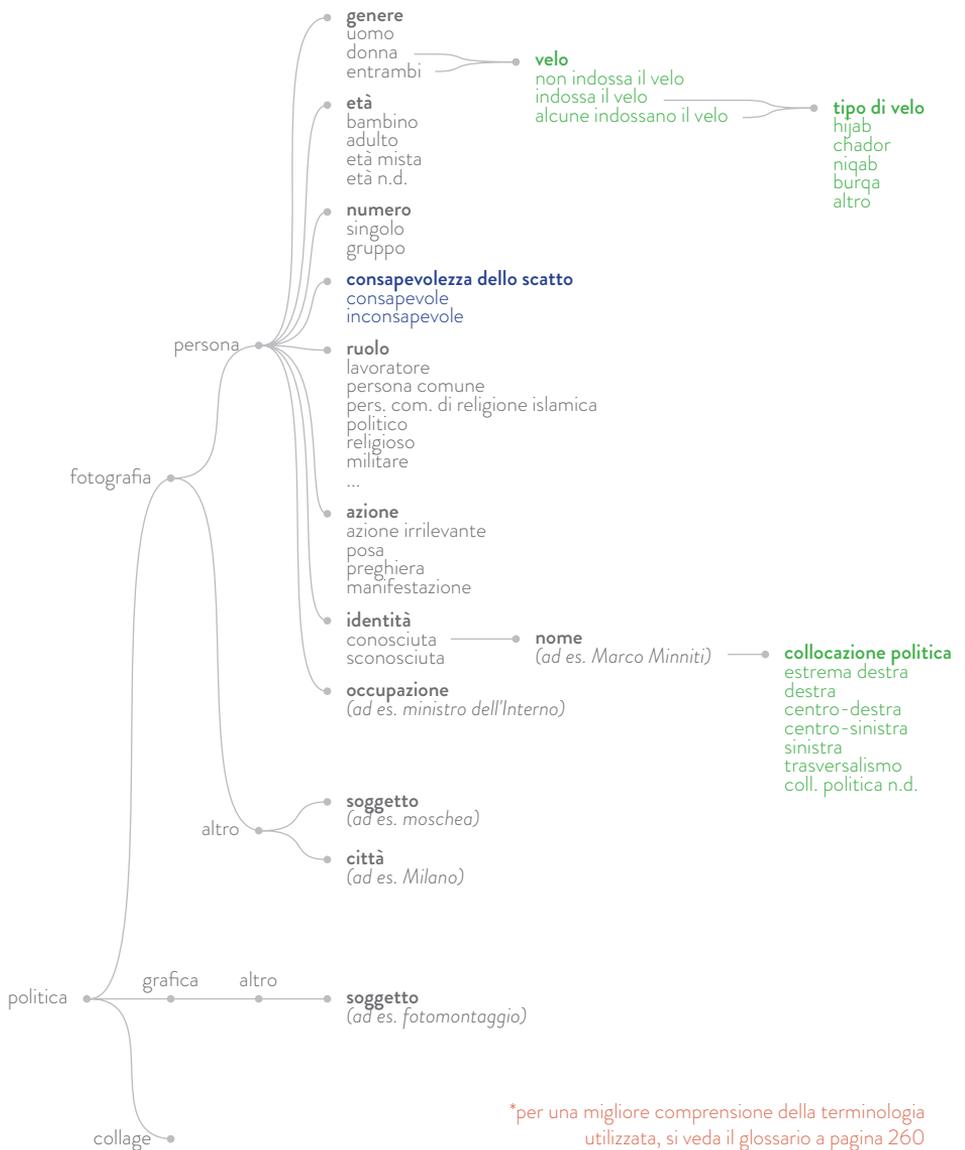
74 immagini totali di cui:
64 raffigurano *persone*;
10 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria politica

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

elementi della categoria politica

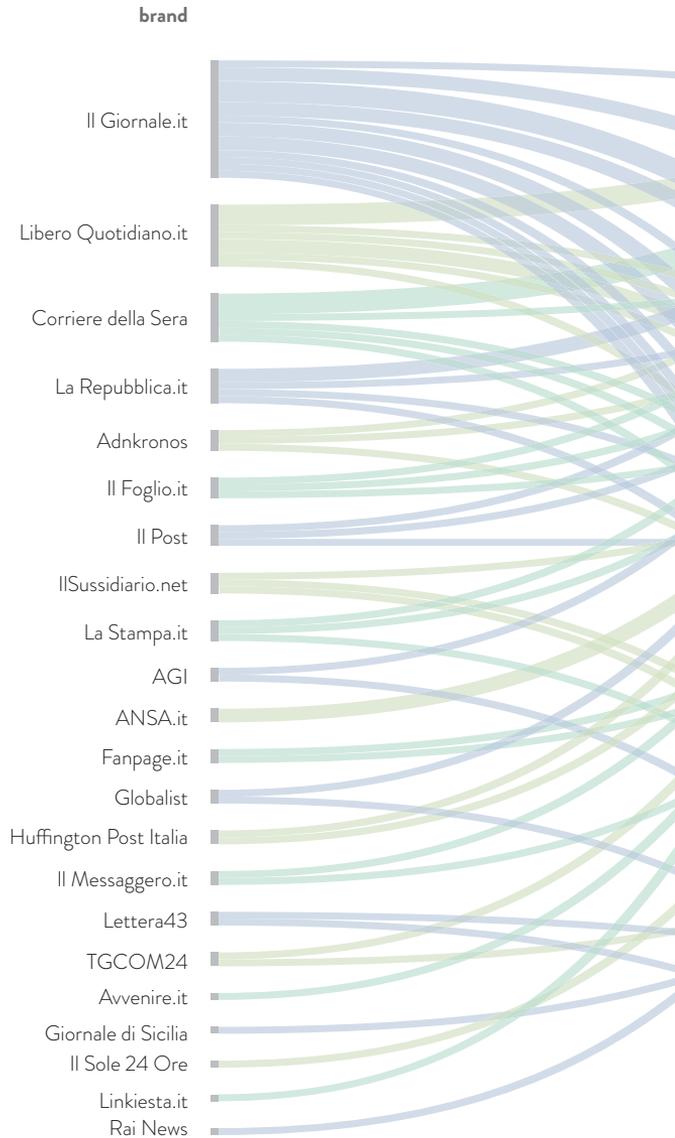


*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

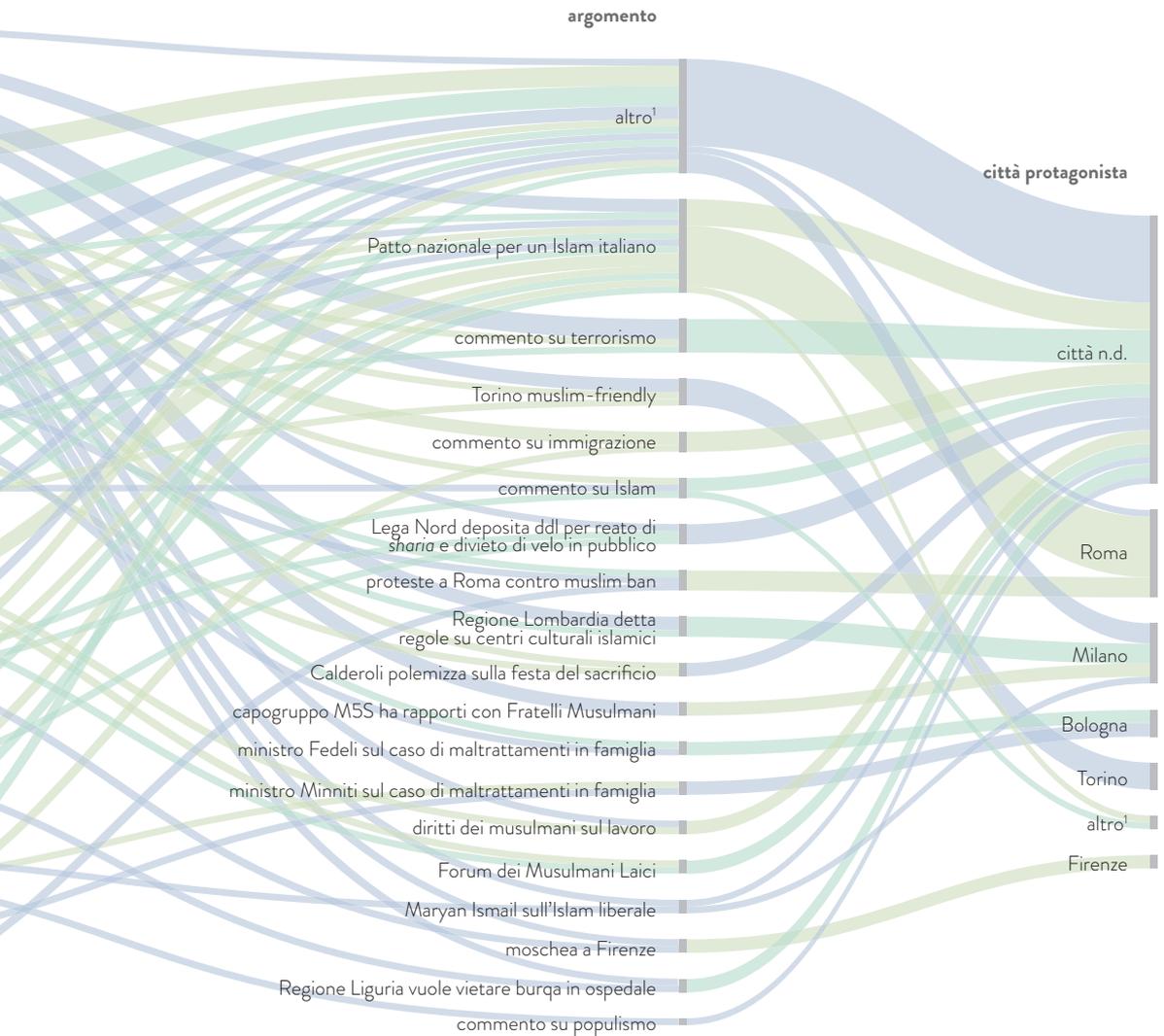
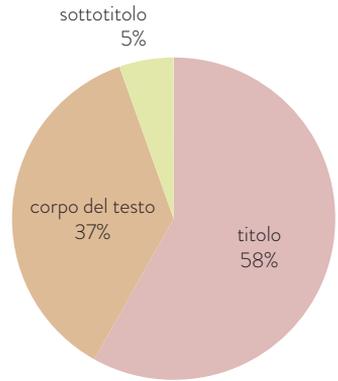
Gli argomenti trattati sono molteplici. Tra i più toccati vi è sicuramente il *Patto nazionale per un Islam italiano*, firmato il 1° febbraio 2017, evento di grande importanza che, però, non ha registrato altrettanto clamore mediatico. Il Giornale.it si configura come il quotidiano online che più ha scritto di Islam e politica, seguito da Libero Quotidiano.it. I termini applicati alle query di ricerca, come "Islam" o "musulmano", compaiono già nel 58% dei titoli degli articoli, una percentuale piuttosto elevata se consideriamo lo stesso dato per le notizie delle altre categorie.

Gli uomini sono prevalenti in poco più della metà delle immagini (53%); circa la metà tra uomini e donne sono politici, mentre il 36% sono musulmani. Proprio su questi due "ruoli" ci si è concentrati per le successive due visualizzazioni. Possiamo, infatti, distinguere delle costanti formali secondo cui:

- le persone comuni di religione islamica sono perlopiù uomini, inconsapevoli dello scatto fotografico, ritratti mentre pregano e le cui identità sono sconosciute;
- i politici sono soprattutto uomini, consapevoli dello scatto, appartenenti al centro-sinistra;
- il ministro dell'Interno Marco Minniti è il politico che appare più spesso.



Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:

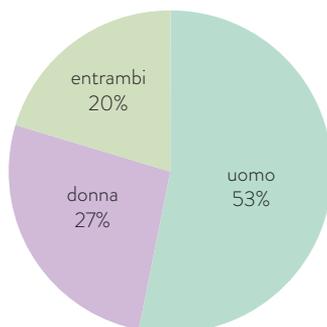


n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta

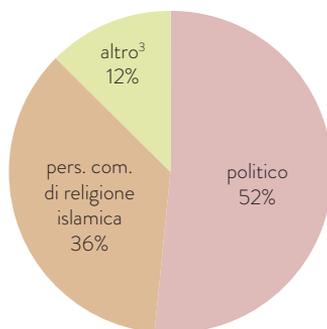
Non ci deve stupire che il ministro dell'Interno sia così presente: è, infatti, il promotore e firmatario del *Patto nazionale per un Islam italiano* di cui si è discusso nel *capitolo 1*, la base per una (forse) futura intesa tra Stato italiano e comunità islamiche. Minniti, inoltre, è chiamato ad esprimersi anche su questioni di integrazione sociale, immigrazione e casi di violenza in nuclei familiari non italiani. Se escludiamo le immagini del ministro, allora è la frangia del centro-destra a comparire maggiormente, soprattutto con le figure di Matteo Salvini e Roberto Calderoli.

Dalle fotografie, d'altra parte, i musulmani sembrerebbero essere solo uomini, senza un volto né un'identità, intenti a pregare. Solo quattro immagini su 64 riguardano membri conosciuti della comunità islamica italiana, come Hamza Roberto Piccardo ed Izzeddin Elzir, presidente dell'UCOII (Unione delle Comunità Islamiche d'Italia).

Genere delle persone
nelle immagini di *politica*

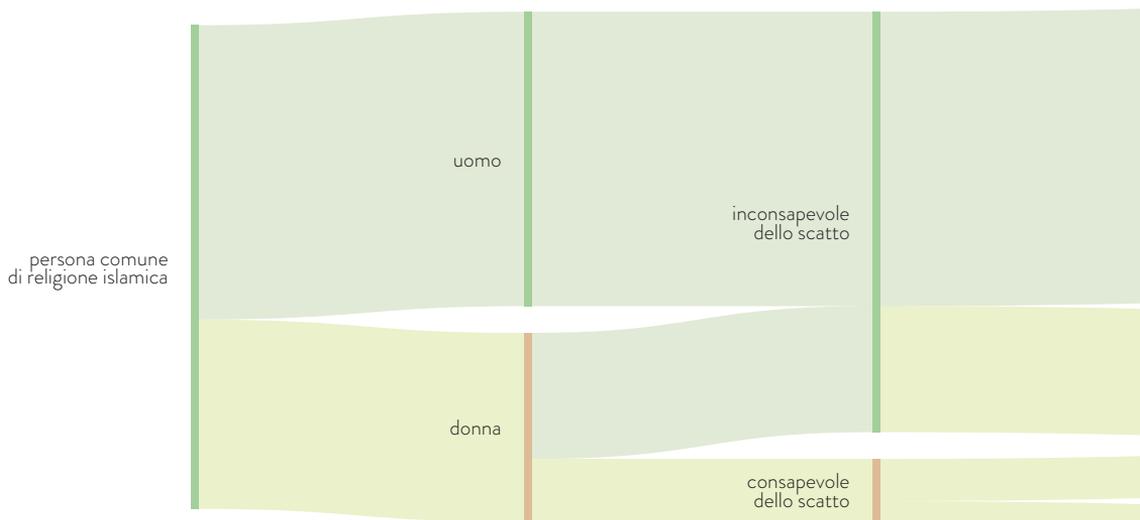


Ruolo delle persone
nelle immagini di *politica*



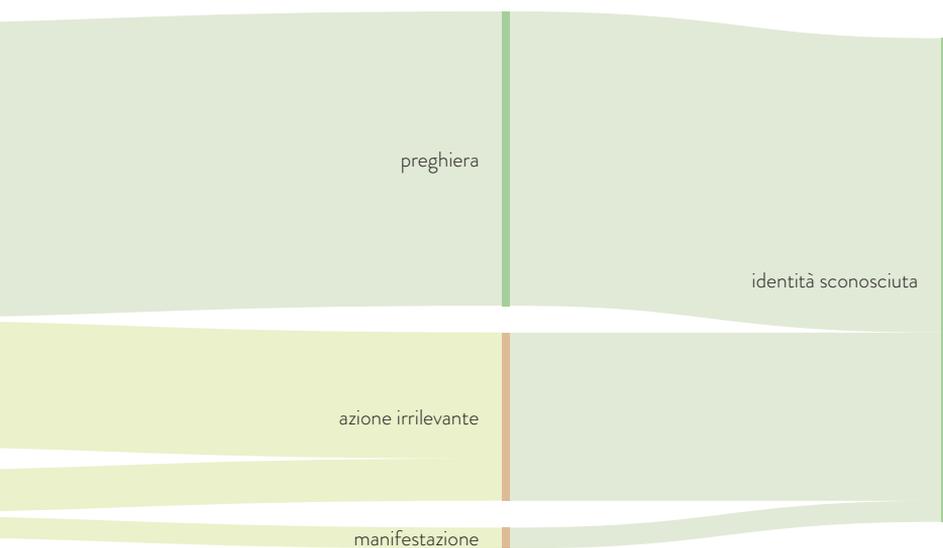
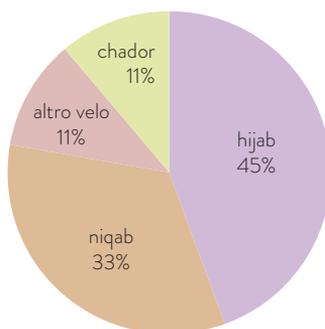
altro³ variabile compare 1-3 volte

Politica / immagini / persone / persone comuni di religione islamica

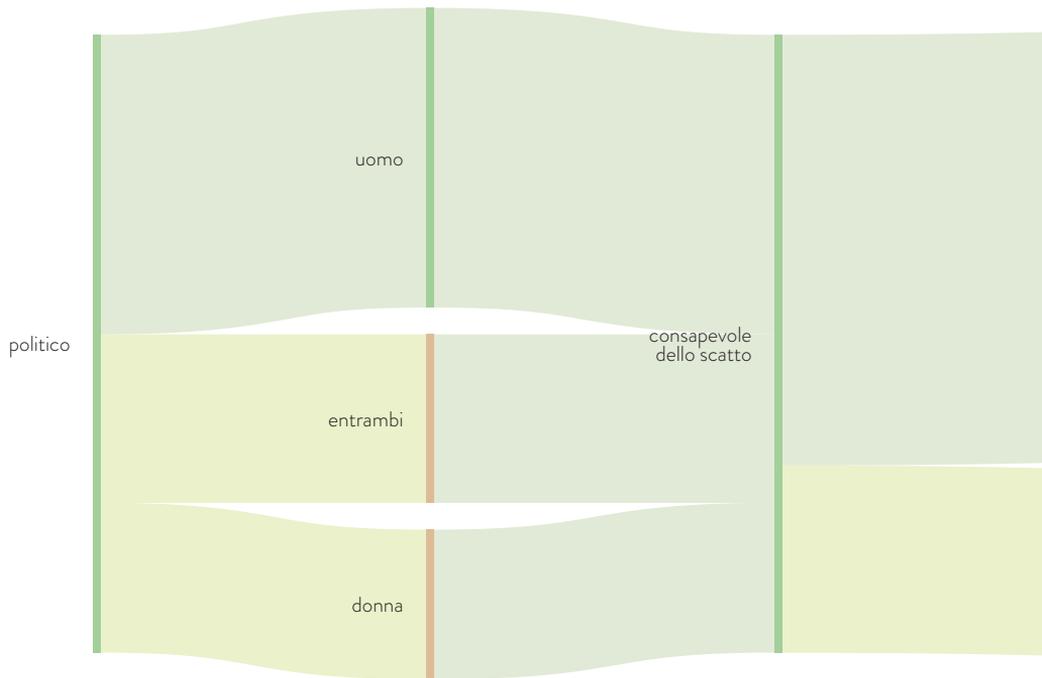


■ variabili maggiori (costanti formali)
■ variabili minori

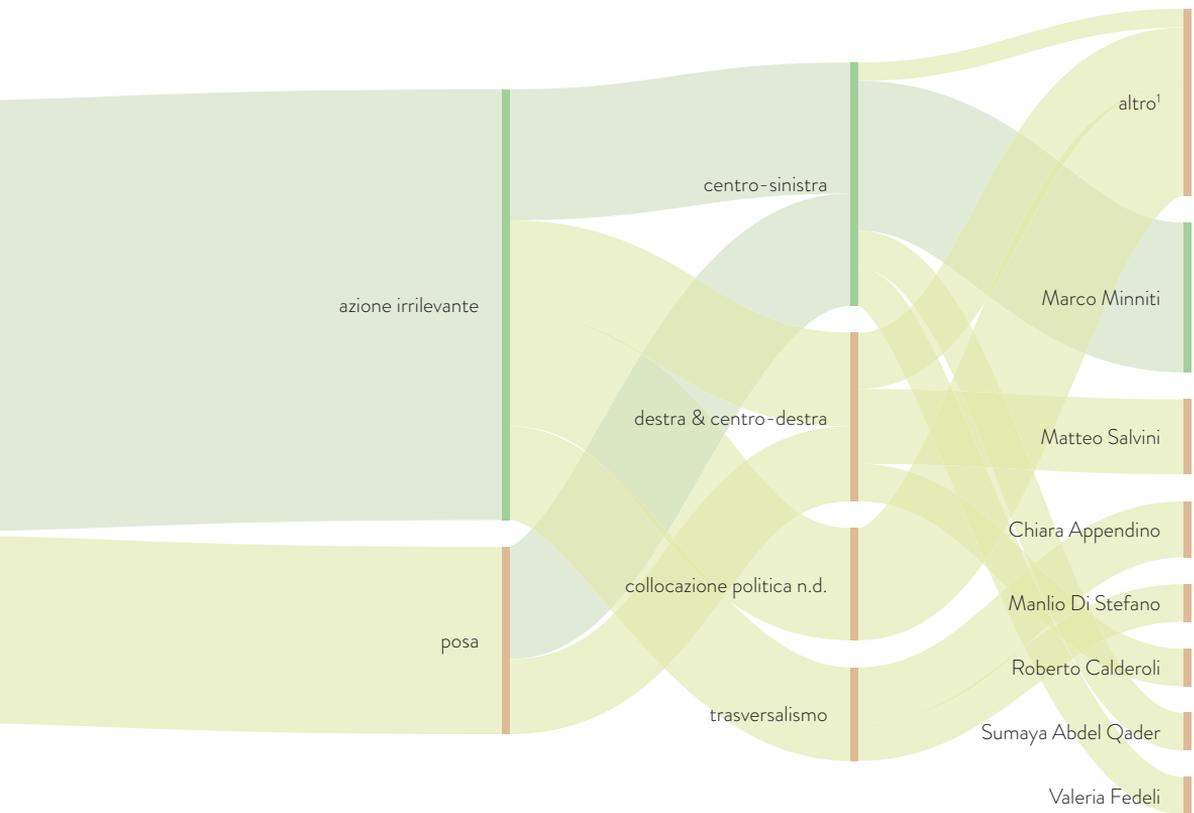
Varianti di **velo islamico**
indossato dalle donne musulmane
nelle immagini di *politica*



Politica / immagini / persone / politici



■ ■ ■ variabili maggiori (costanti formali)
■ ■ ■ variabili minori



n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta





CULTURA, SPETTACOLO E SOCIETÀ

178 immagini totali di cui:

140 raffigurano *persone*;

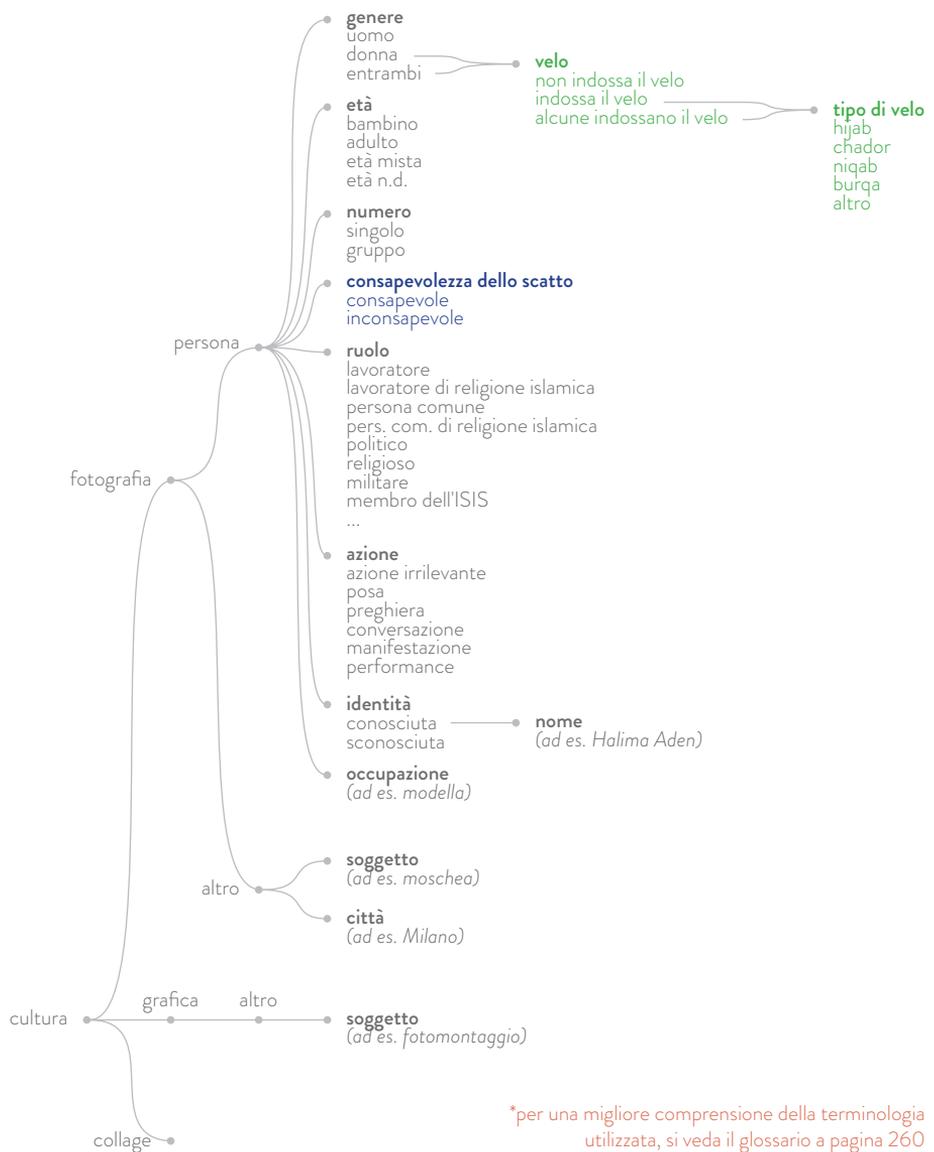
38 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria cultura, spettacolo e società

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

elementi della categoria cultura

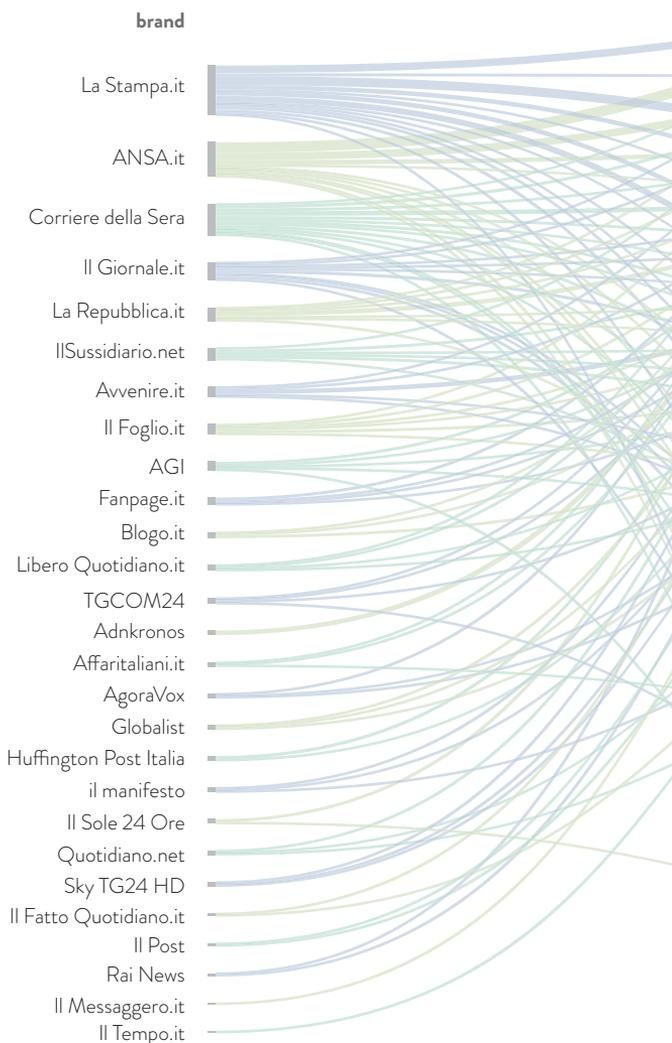


*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

Gli argomenti di *cultura, spettacolo e società* sono piuttosto diversificati, ma si possono distinguere temi più presenti come l'editoria, la moda, il cinema e lo sport. È presente anche un discreto numero di interviste, sia a intellettuali che a persone comuni.

Anche tra queste immagini è possibile individuare delle costanti formali. Le donne superano di poco gli uomini ma, in genere, le figure di entrambi i sessi appaiono come consapevoli della presenza dell'obiettivo fotografico. Inoltre:

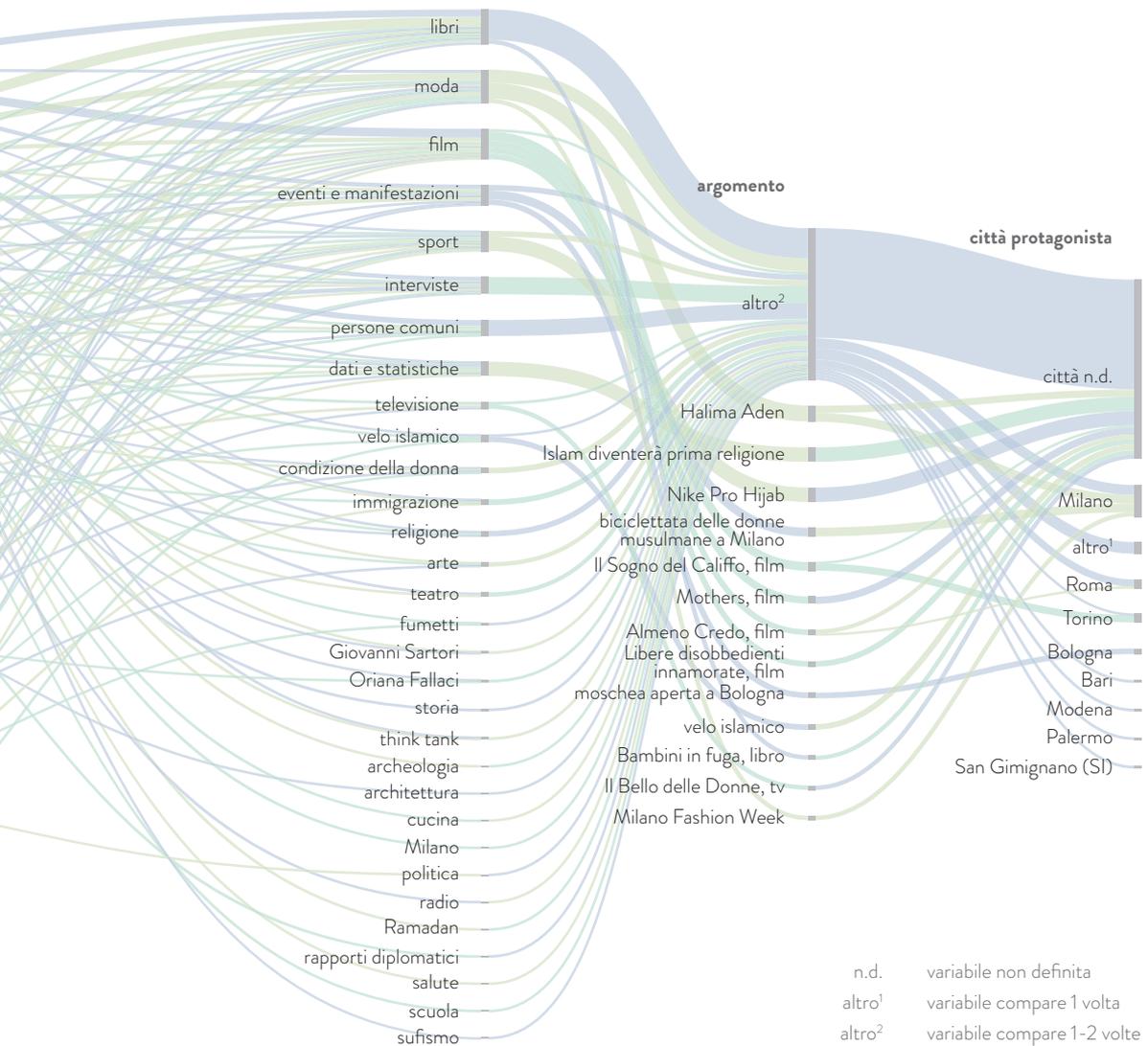
- le donne sono principalmente modelle ed atlete musulmane, ma anche persone comuni;
- gli uomini sono soprattutto lavoratori e professionisti la cui fede religiosa non è specificata (attori, scrittori, intellettuali in genere). Gli uomini di dichiarata fede islamica sono pochi e, perlopiù, persone comuni;
- uomini e donne sono spesso fotografati in posa, durante una performance sportiva o sul set di un film.



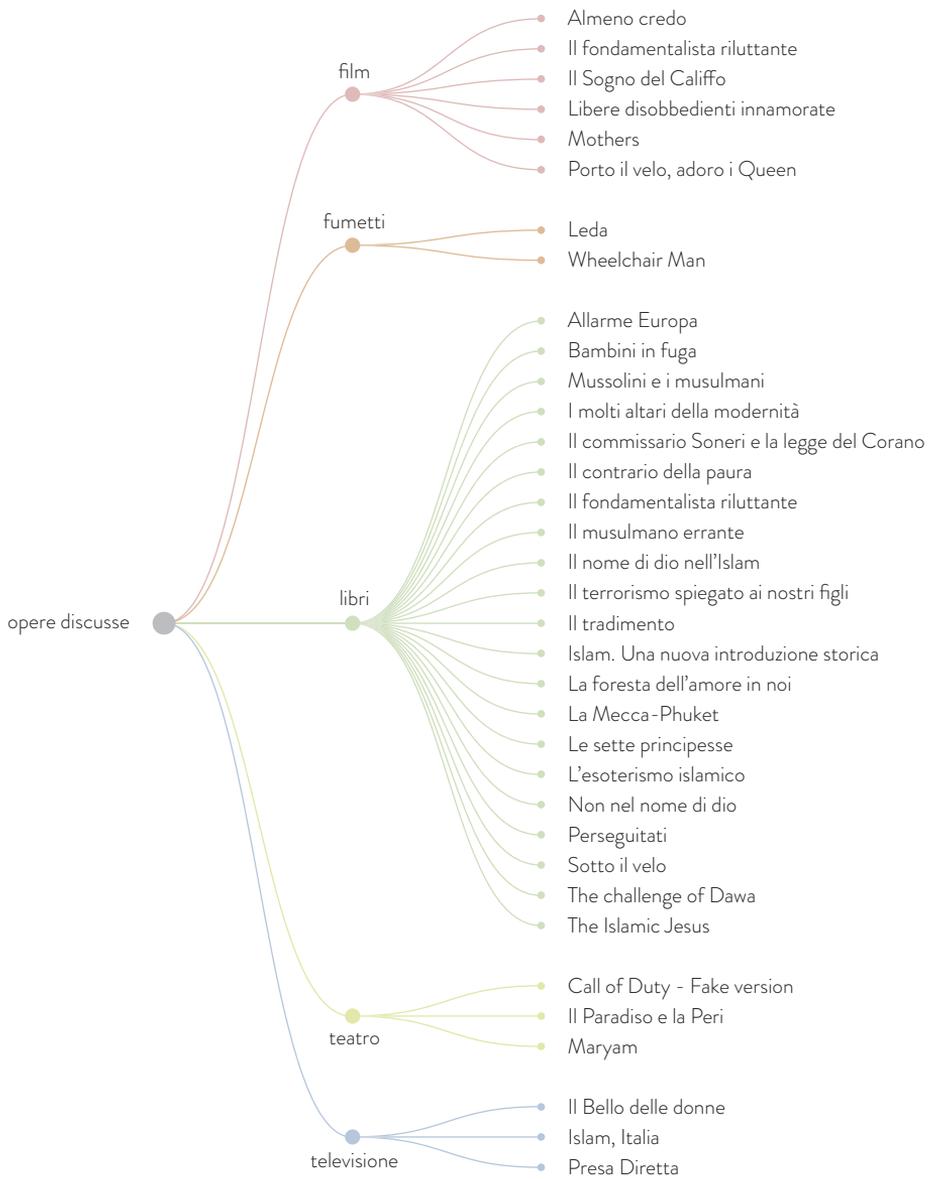
Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:



argomento generale



n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta
 altro² variabile compare 1-2 volte



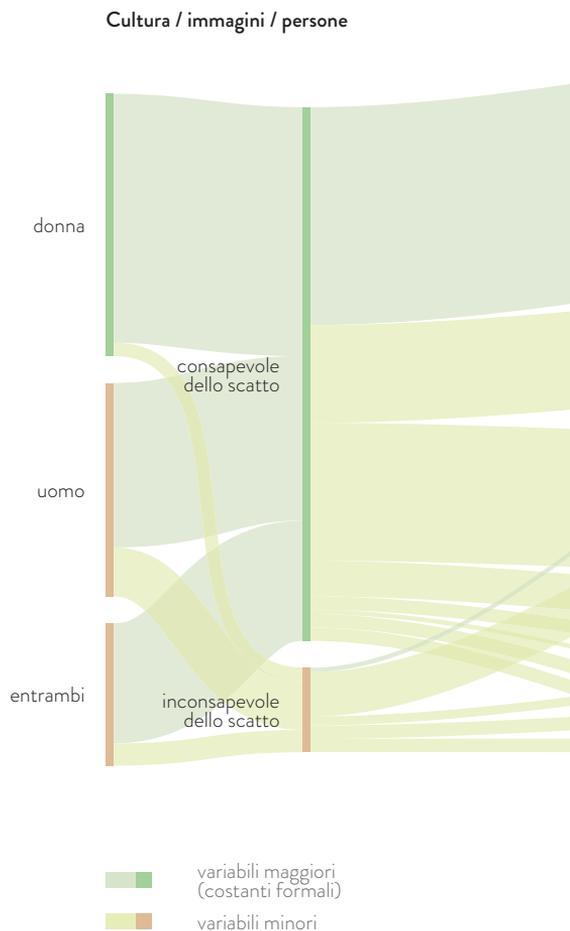


Sebbene uomini e donne siano presenti quasi in egual misura, i ruoli differiscono sostanzialmente. Tra le donne, lavoratrici e professioniste musulmane sono le più rappresentate: si tratta di modelle, sportive ma anche donne comuni di religione islamica; spesso, i loro nomi sono riportati nella didascalia o nell'articolo stesso; posano per la fotocamera o sono ritratte in attività fisiche o lavorative.

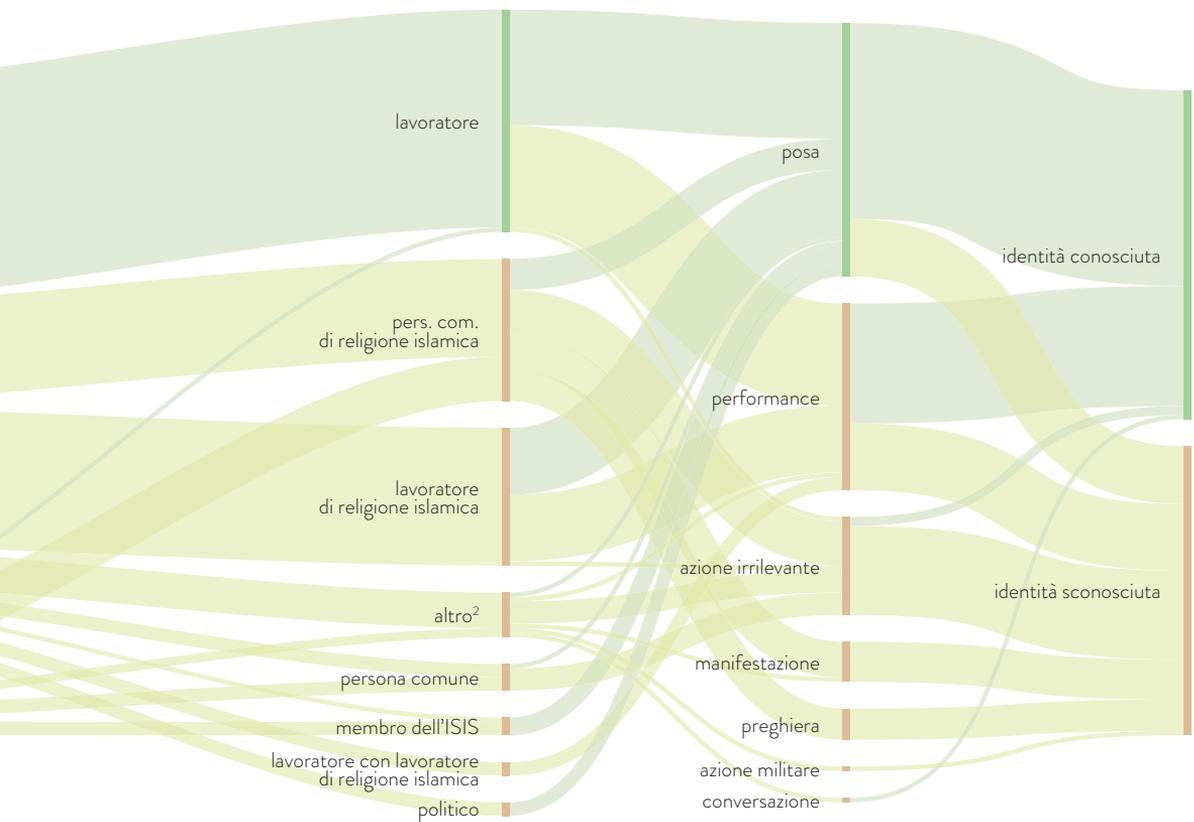
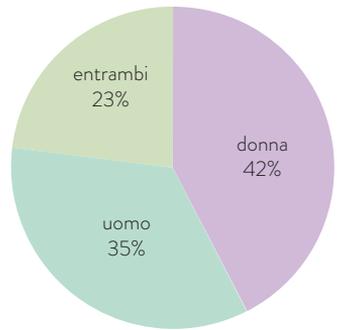
Gli uomini sono, invece, soprattutto lavoratori e professionisti la cui fede religiosa non è dichiarata nell'articolo: attori e scrittori in genere. Appaiono anche diversi uomini comuni di religione islamica, di identità sconosciuta e in preghiera.

Da una parte figurano donne musulmane come Halima Aden e Zahra Lari: la prima è un'ex rifugiata somala, musulmana, oggi modella statunitense divenuta famosa per essere stata la prima donna ad indossare il hijab al concorso di Miss Minnesota USA; la seconda è una pattinatrice emiratina, musulmana, prima a scendere in pista con il hijab per le qualificazioni ai XXIII Giochi olimpici invernali, nonché testimonial del Nike Pro Hijab. Si tratta di donne che hanno aiutato a sdoganare alcune pratiche professionali e sportive ritenute inadeguate nel mondo islamico femminile.

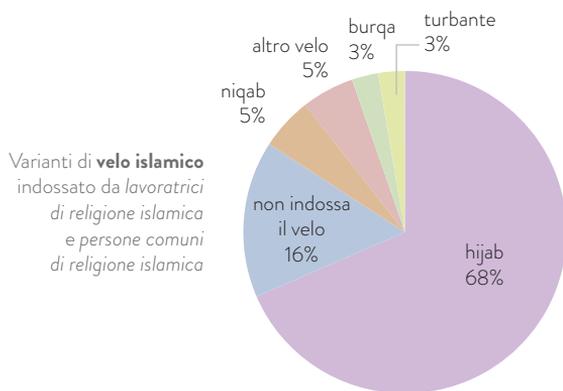
Quando si parla del genere maschile, invece, sembra che gli uomini musulmani debbano essere relegati a gruppo senza identità, senza volto, senza storia: sono maschi, musulmani e pregano. Più raramente appaiono intellettuali dichiaratamente musulmani (Mohsin Hamid) o scrittori arabi che hanno scritto dell'Islam (Adonis). A differenza di ciò che succede per le donne, non si registrano molte storie di uomini di fede islamica al di fuori del contesto puramente religioso.



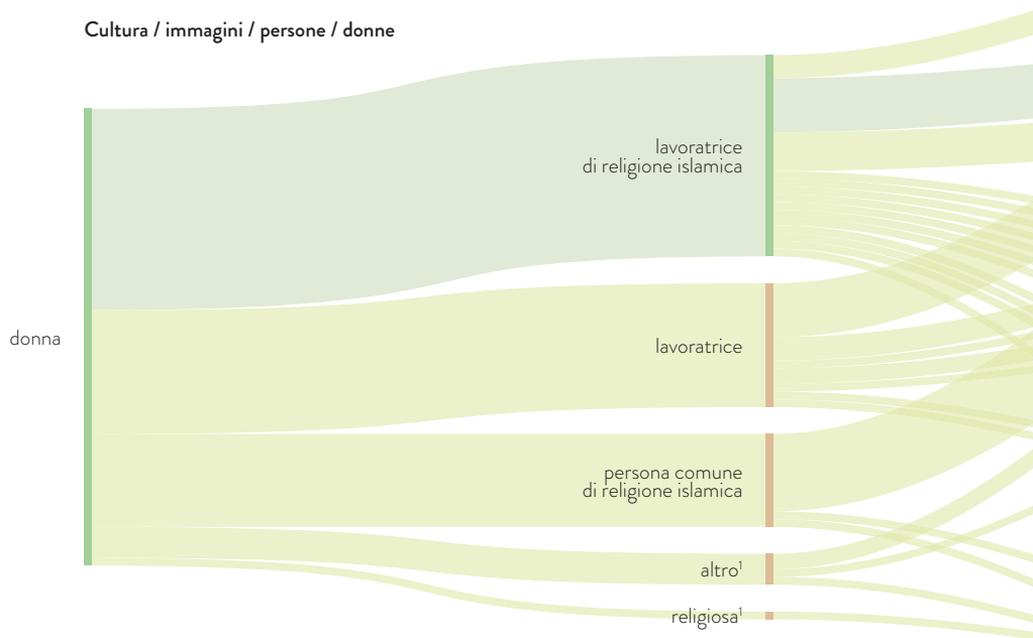
Genere delle persone nelle immagini di cultura



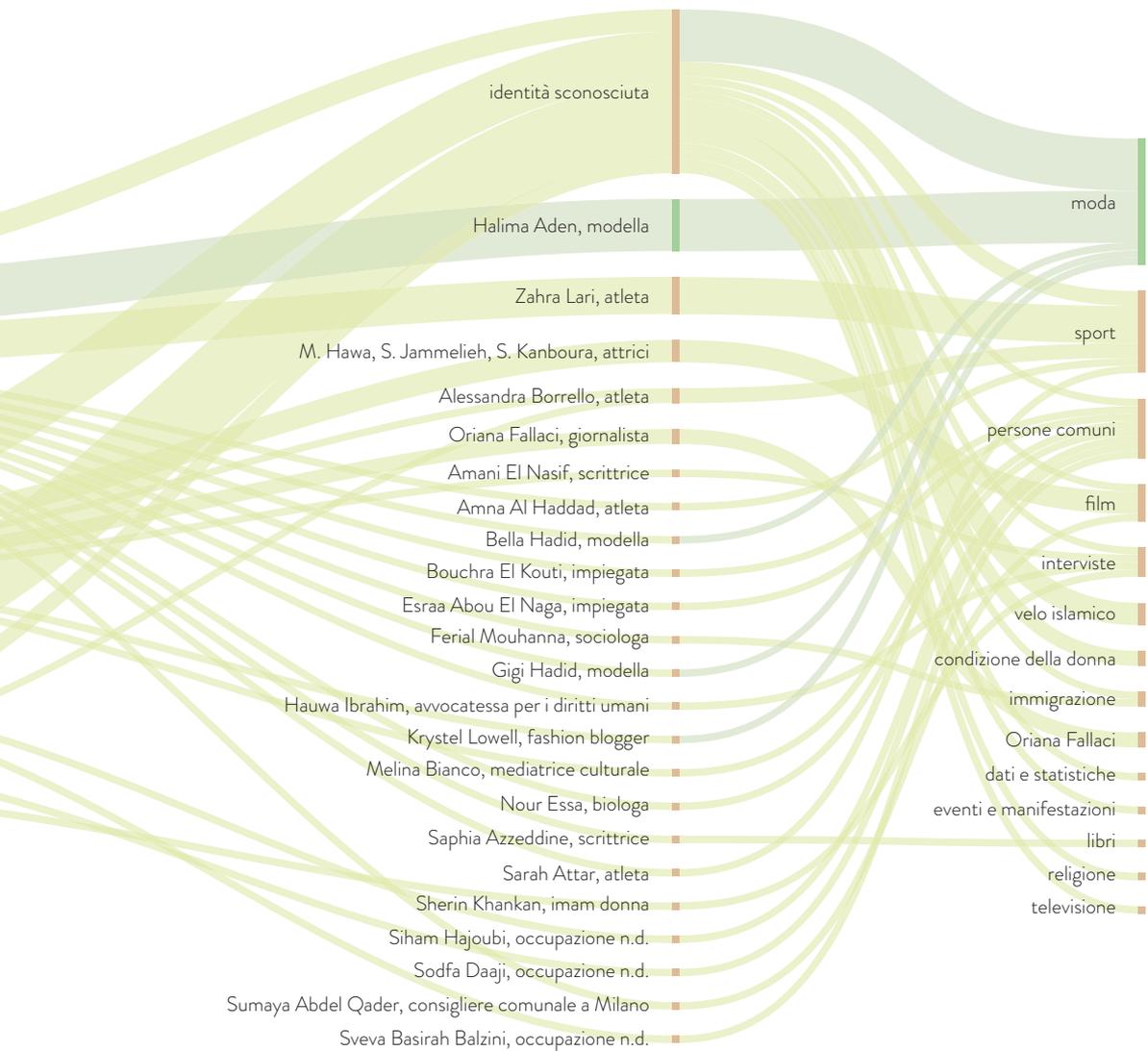
altro² variabile compare 1-2 volte



Cultura / immagini / persone / donne

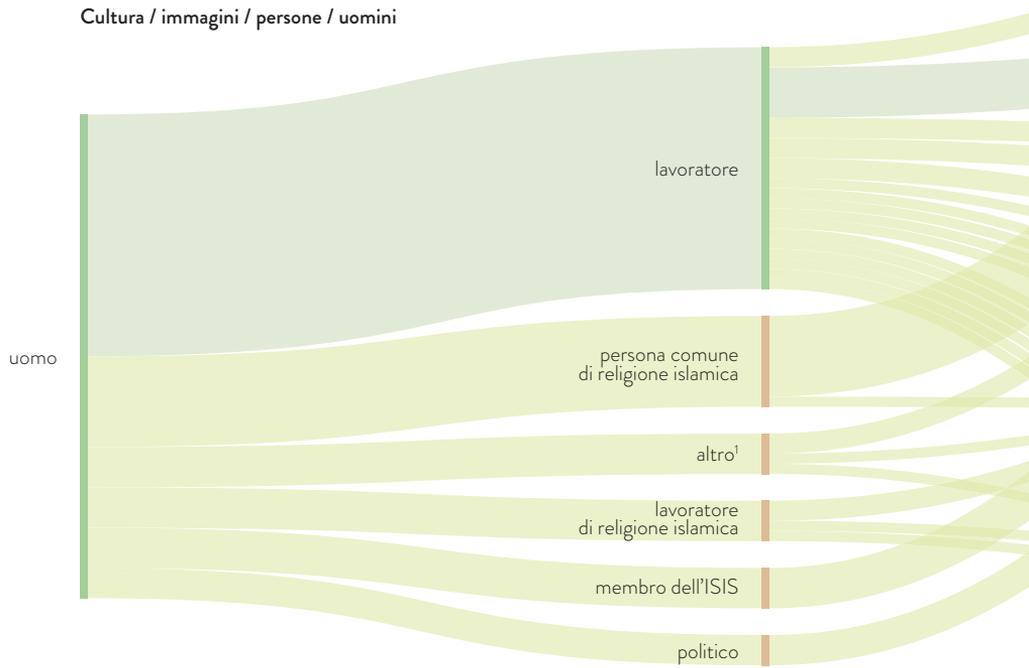


■ variabili maggiori (costanti formali)
 ■ variabili minori

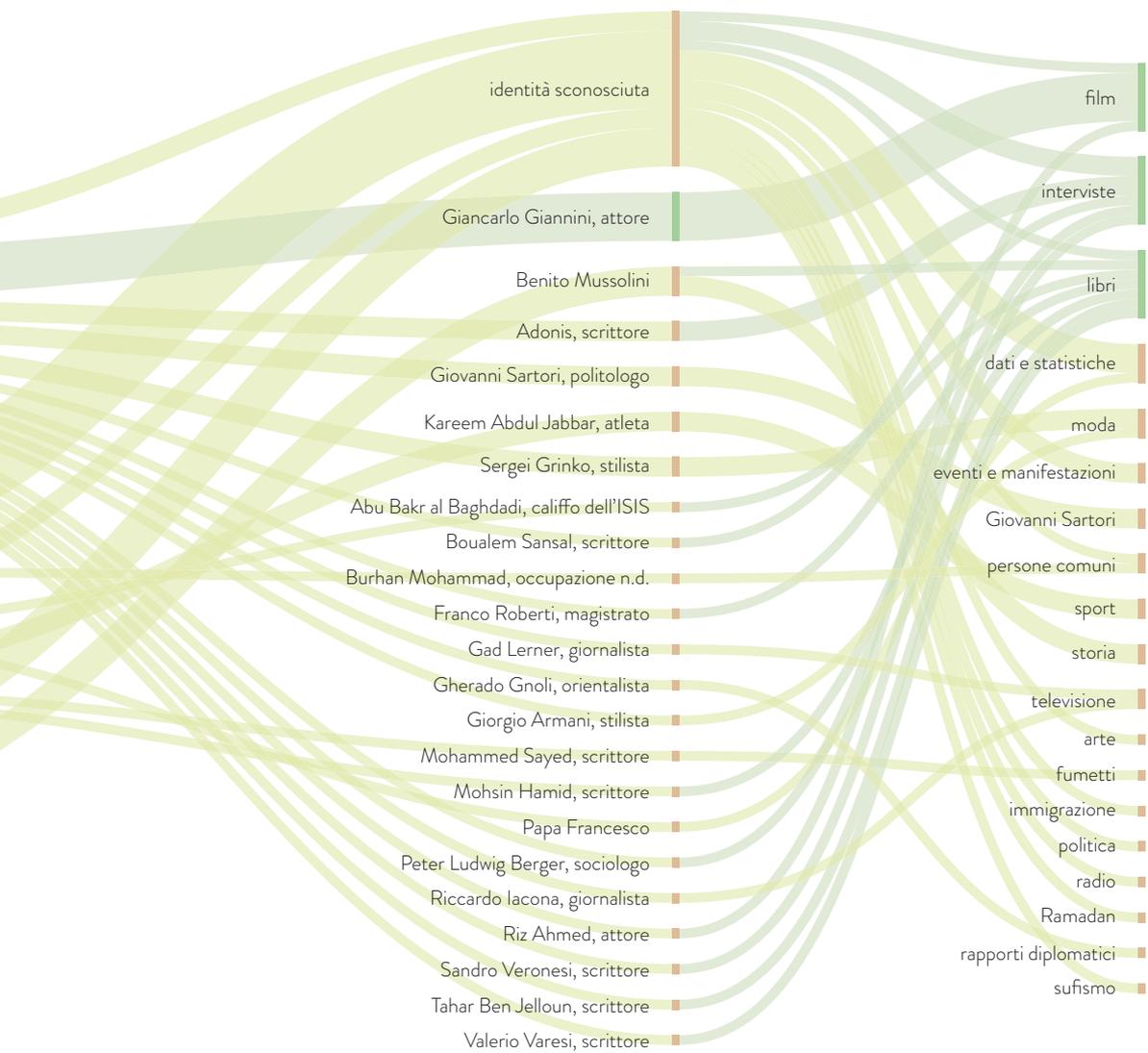


n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta

Cultura / immagini / persone / uomini

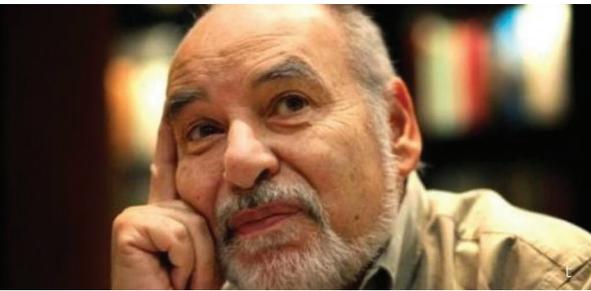
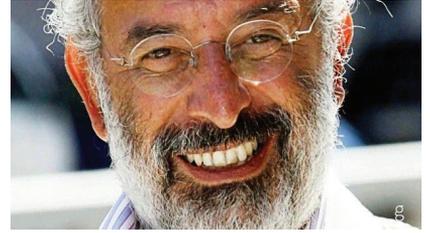


■ variabili maggiori (costanti formali)
■ variabili minori



n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta





RELIGIONE E DIALOGO INTERRELIGIOSO

154 immagini totali di cui:

140 raffigurano *persone*;

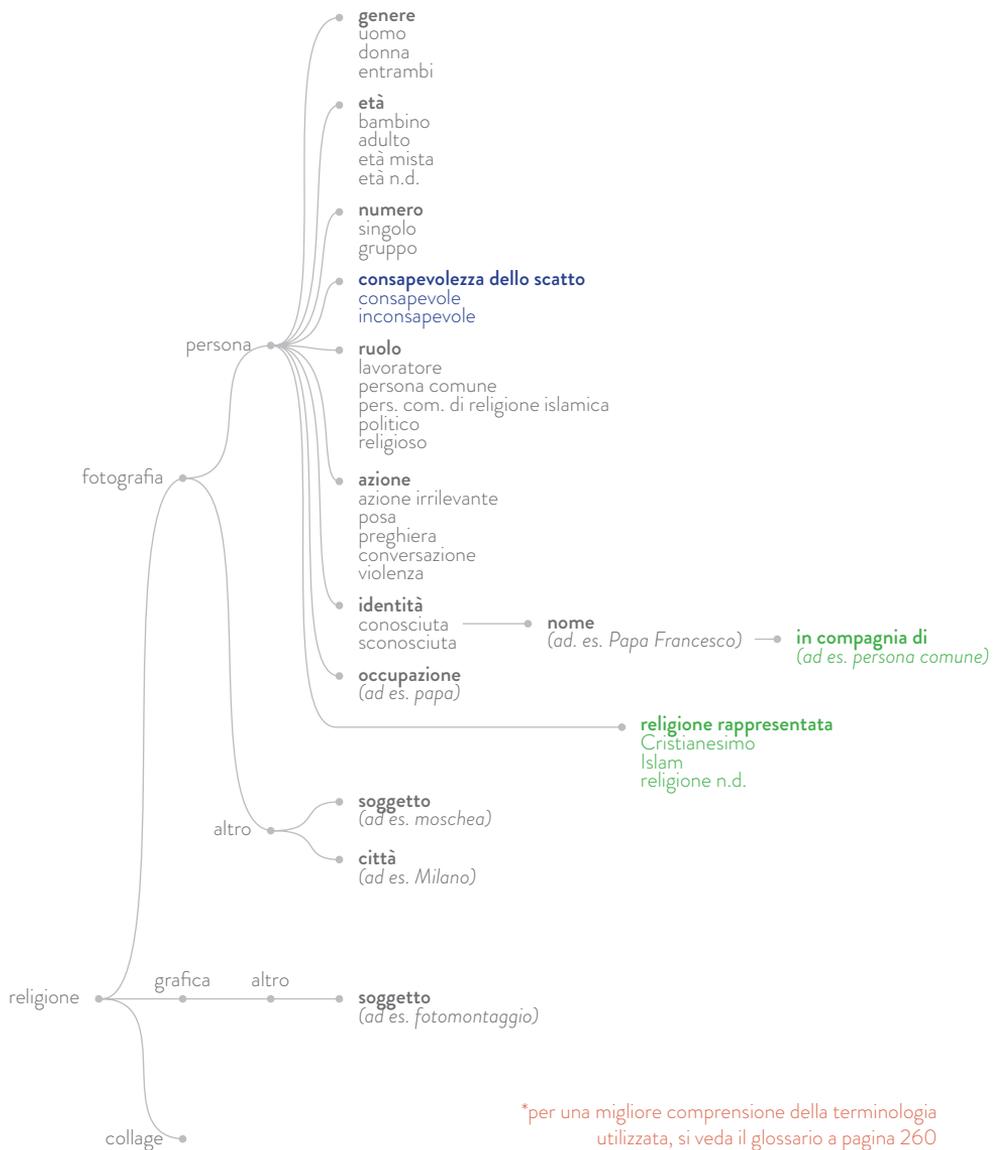
14 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria *religione e dialogo interreligioso*

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

elementi della categoria *religione*



*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

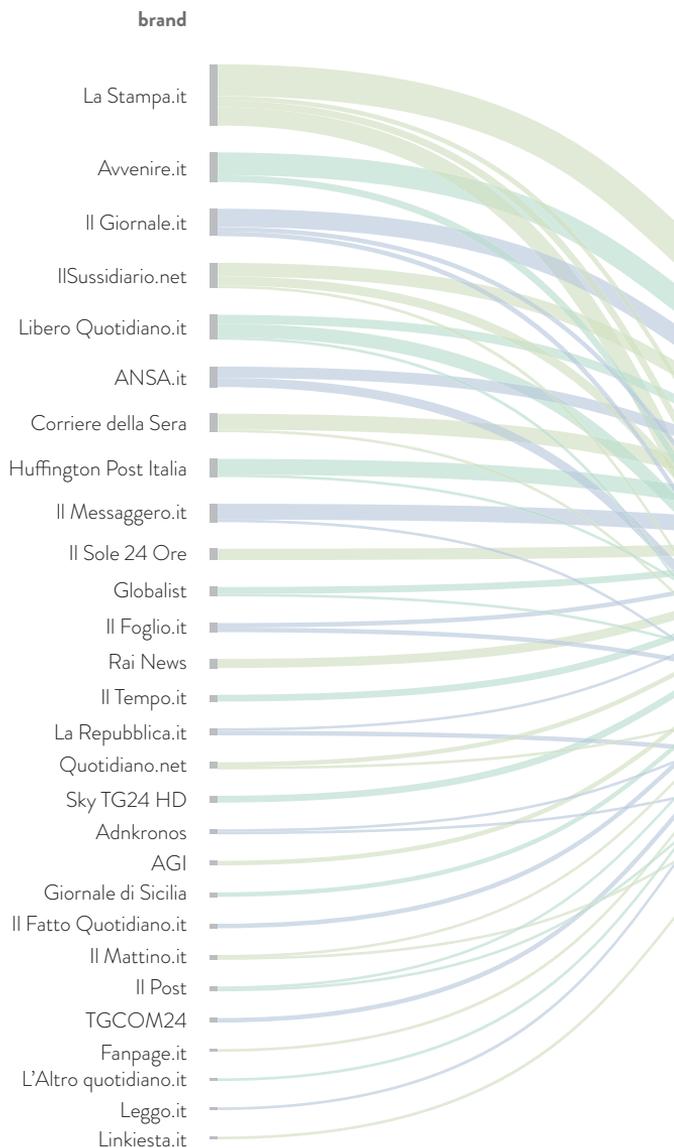
Dalle visualizzazioni, si comprende come il tema di discussione principale sia Papa Francesco (con circa il 67,5% degli articoli dedicati): tra il 28 e il 29 di aprile 2017, infatti, si è svolto il viaggio apostolico del Papa in Egitto, nel segno del dialogo interreligioso con l'Islam e le altre Chiese cristiane. L'evento ha avuto grande risonanza nei media, anche perché avveniva a pochi giorni di distanza dal tragico attacco suicida alle chiese copte di Tanta ed Alessandria d'Egitto. Papa Francesco, comunque, è anche protagonista di altri eventi in cui incontra e benedice membri delle comunità musulmane di Roma e Milano, o esprime sostegno verso i profughi rohingya, di religione islamica. Il dialogo interreligioso, comunque, è un frame piuttosto comune anche quando non riguarda la figura del Papa.

Le costanti formali sono facilmente individuabili:

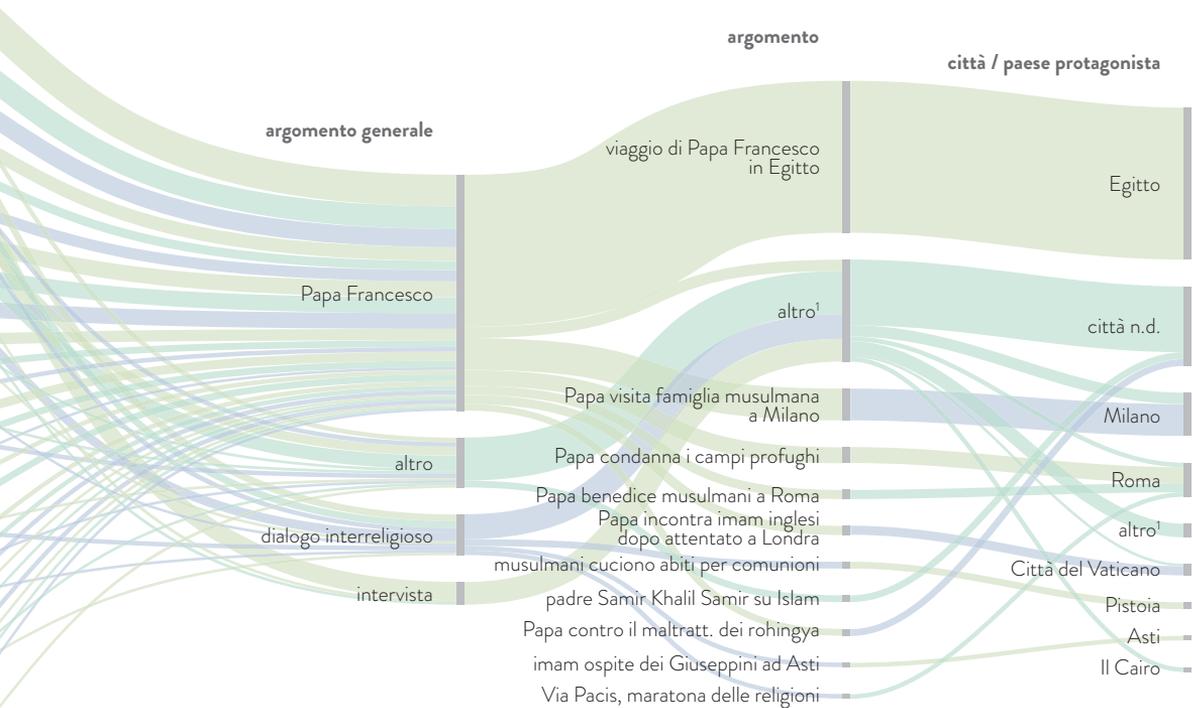
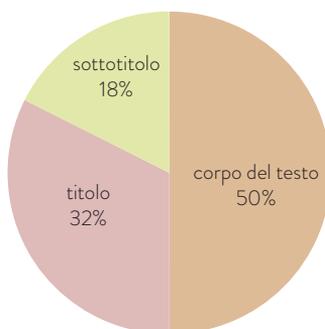
- la maggior parte delle immagini mostra solo uomini (73%);
- il soggetto principale è Papa Francesco (da solo o insieme ad altre persone);
- Papa Francesco è raffigurato spesso in momenti di conversazione con persone comuni o con Ahmad al-Tayyib, Grande Imam di al-Azhar.

Non c'è dubbio che l'attuale pontefice sia considerato il "papa della gente", come è stato definito nel film biografico di Daniele Lucchetti del 2015. Le fotografie lo vedono conversare amabilmente con persone comuni, posare insieme a fedeli musulmani, abbracciare il

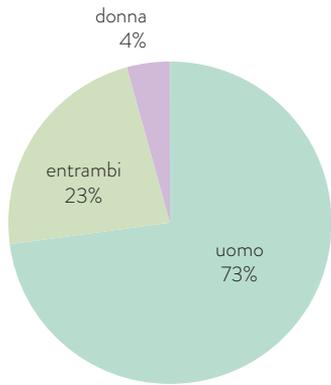
Grande Imam di al-Azhar, la figura più prestigiosa del mondo islamico sunnita. Il Papa si è chiaramente imposto come portavoce e catalizzatore del dialogo interreligioso, laddove molti esponenti politici continuano a fallire.



Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:

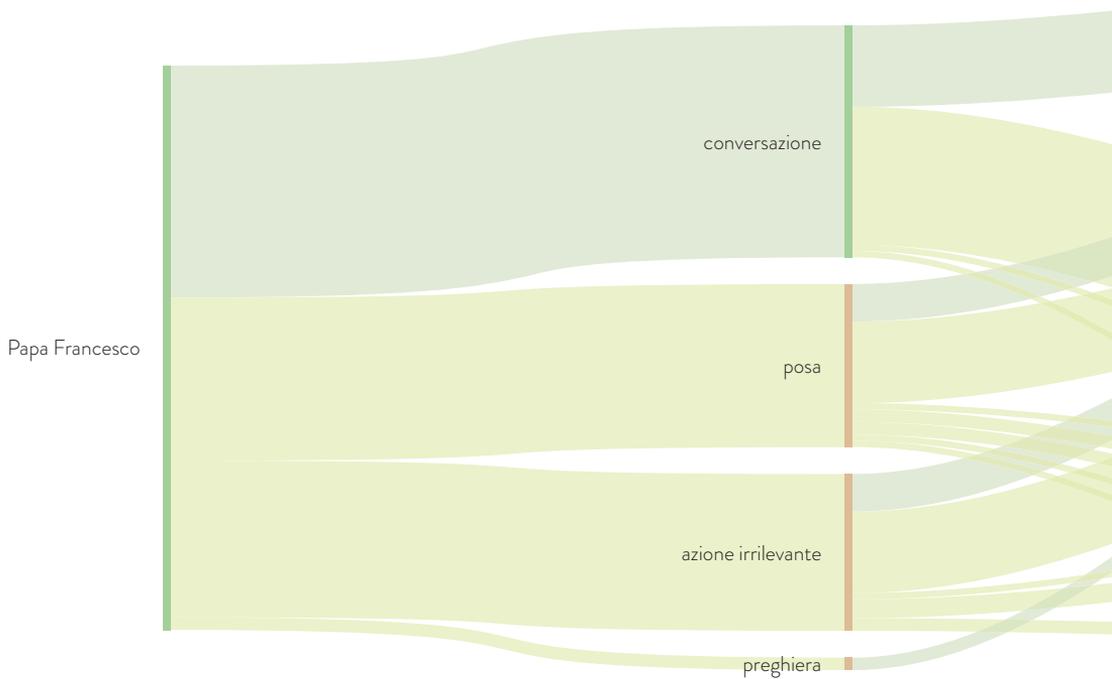


n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta



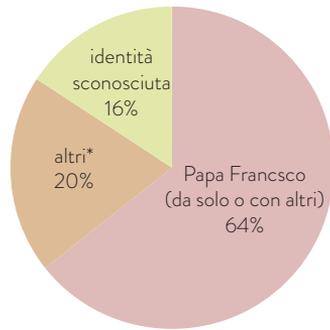
Genere delle persone nelle immagini di *religione*

Religione / immagini / persone / Papa Francesco



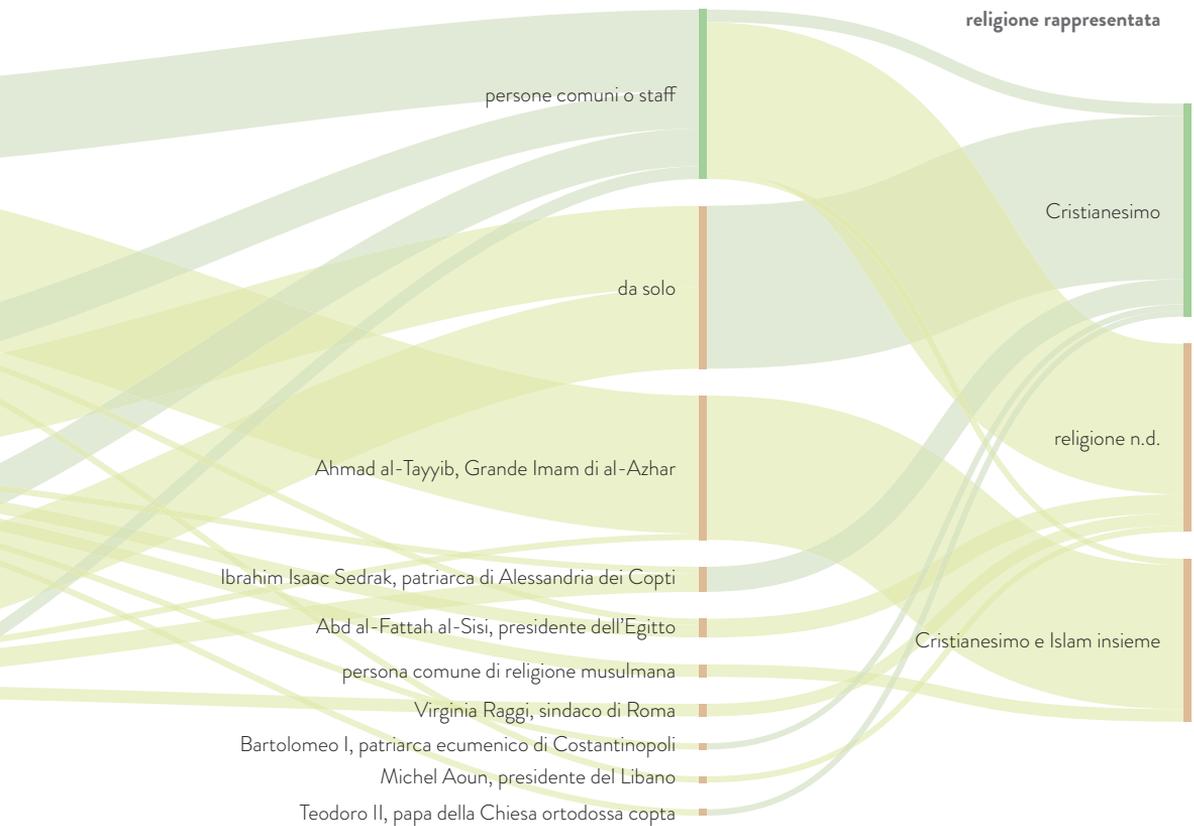
■ variabili maggiori (costanti formali)
 ■ variabili minori

Identità delle persone
nelle immagini di *religione*



in compagnia di

religione rappresentata







TERRORISMO E SICUREZZA

248 immagini totali di cui:

180 raffigurano *persone*;

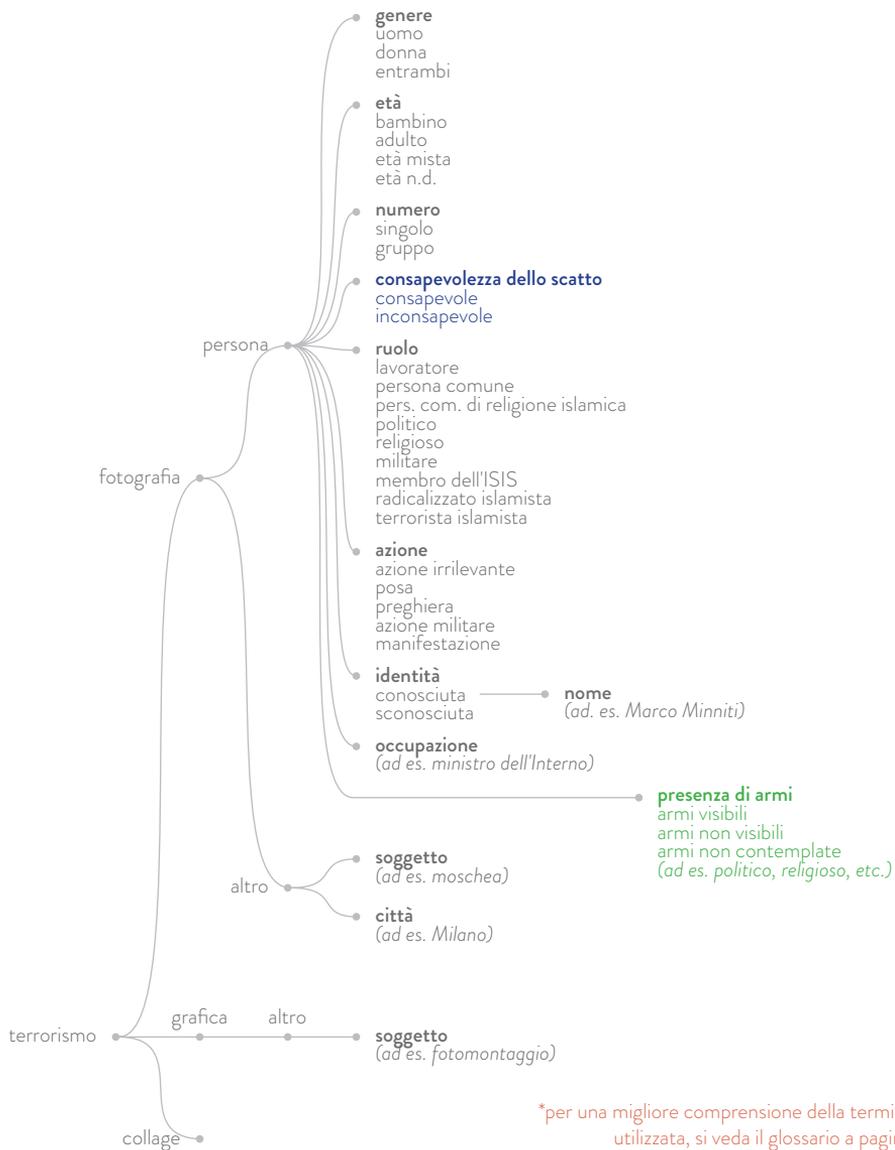
68 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria *terrorismo e sicurezza*

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

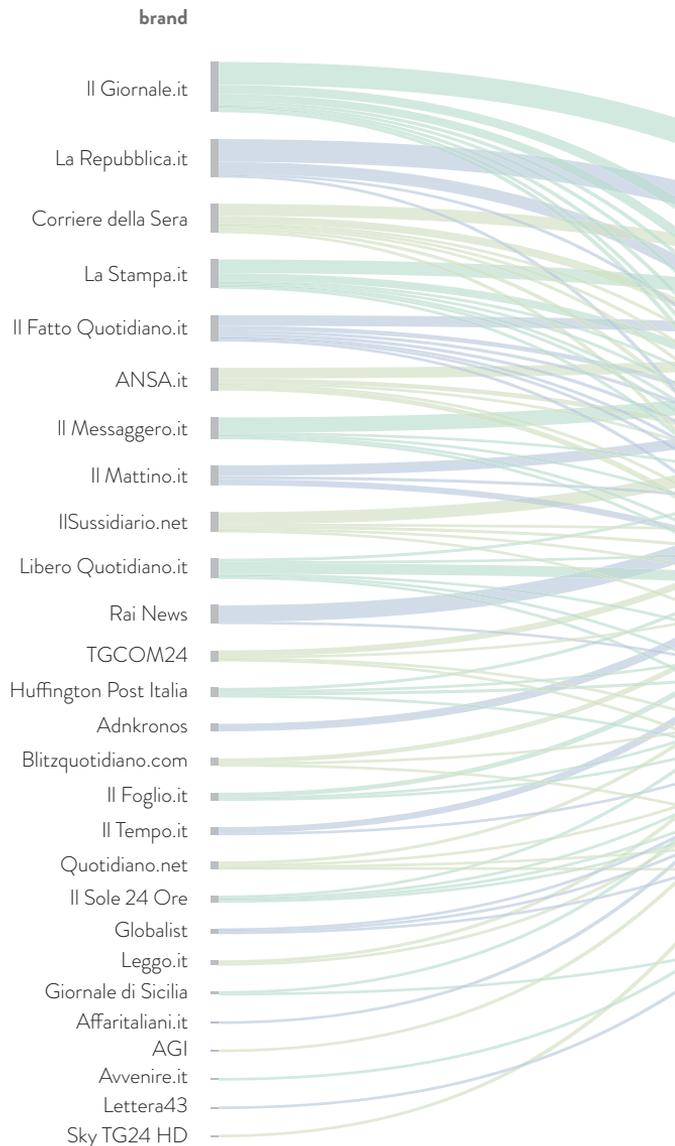
elementi della categoria *terrorismo*



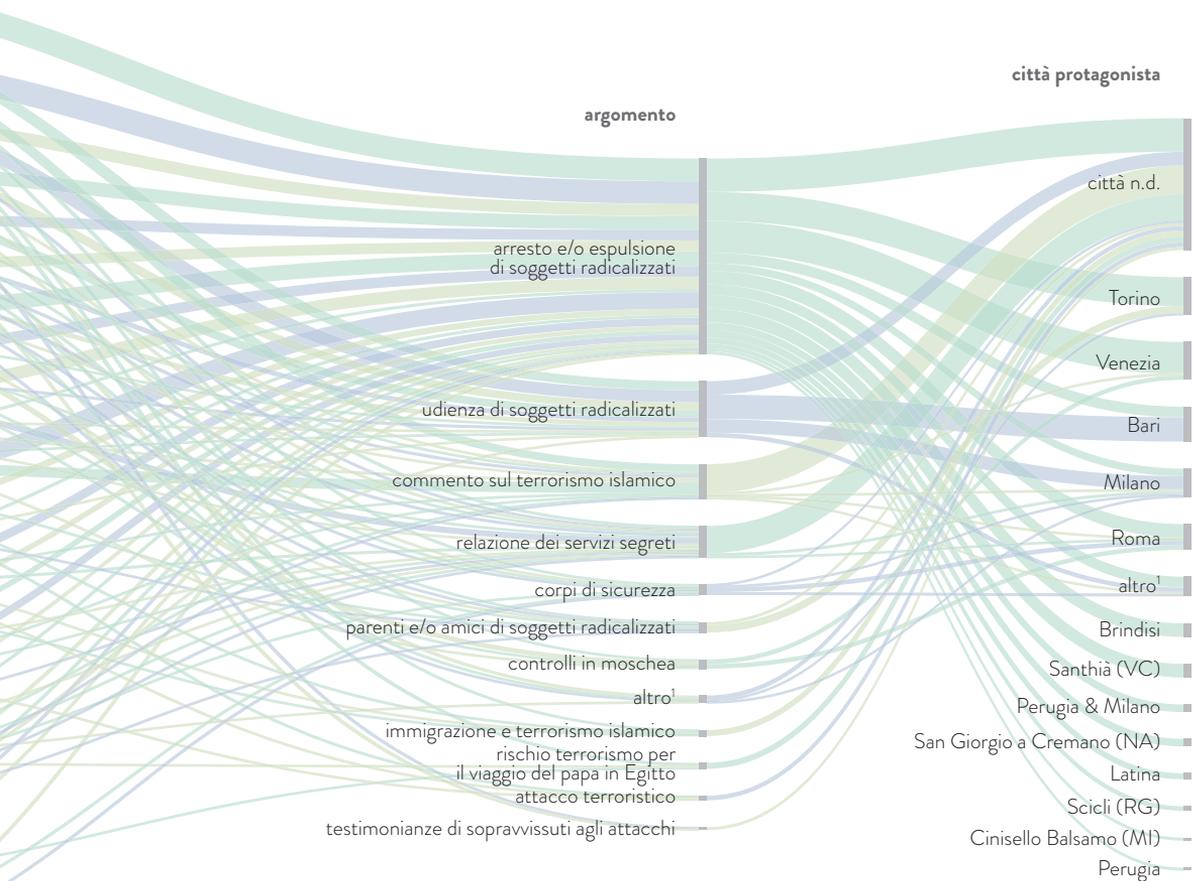
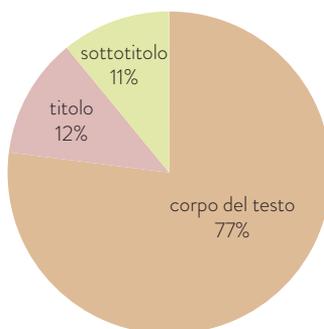
*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

Il fenomeno del terrorismo di matrice islamista è piuttosto sentito in Italia, anche se nella Penisola non si sono registrati attentati attribuibili allo Stato Islamico. Come si può vedere dal grafico, sono piuttosto comuni i casi di arresti e/o espulsioni di radicalizzati islamisti che avevano contatti con l'ISIS o progettavano attacchi (129 storie, circa la metà delle notizie totali). Tra le città più discusse vi sono Torino, Venezia e Bari: non perché vi si concentrino più soggetti radicalizzati, ma perché i fatti ivi ambientati hanno riscosso più attenzione. È possibile notare anche come tutti i quotidiani online maggiori abbiano coperto, più o meno uniformemente, la questione del terrorismo, ad eccezione de Il Sole 24 Ore.

Inoltre, appare interessante il dato sui termini adoperati: nel 77% dei casi, le parole utilizzate nelle query di ricerca sono presenti solo nel corpo del testo e non in titoli e sottotitoli. Benché i giornali associno frequentemente Islam e terrorismo, il grafico ci mostra come questo avvenga in una parte della notizia, il corpo del testo, che ha un impatto minore sul lettore.



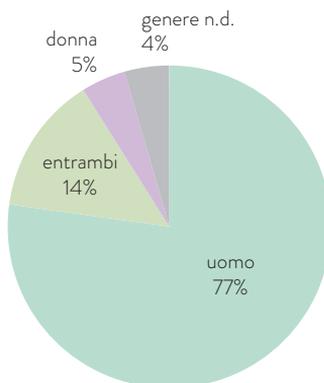
Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:



n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta

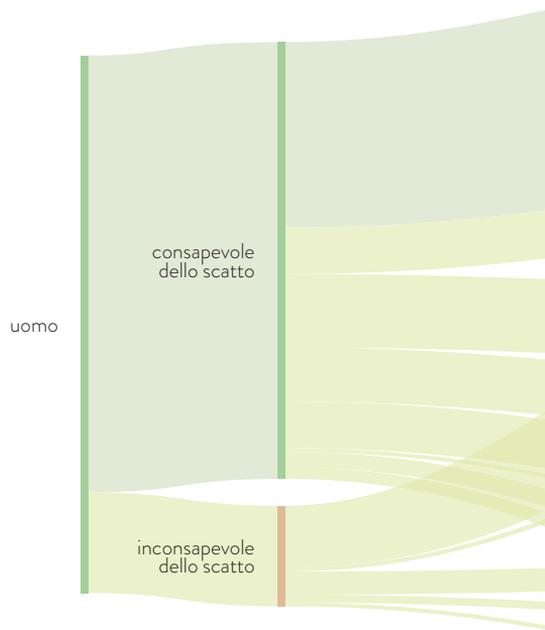
Le immagini possono essere descritte attraverso queste costanti formali:

- gli uomini compaiono in più dei tre quarti delle fotografie che ritraggono persone;
- il gruppo principale di uomini è rappresentato dai radicalizzati islamisti;
- i radicalizzati islamisti sono ritratti tramite foto segnalistiche o reperite direttamente dai social network: tali uomini, quindi, si presentano spesso in posa e raramente imbracciano un'arma o compiono un qualunque gesto che possa apparire aggressivo. Di quasi tutti conosciamo il nome, specificato nella didascalia o nell'articolo;
- sono molte anche le immagini che ritraggono forze dell'ordine, di solito intente a pattugliare le strade delle città, e membri dell'ISIS. In entrambi i casi, le armi sono molto più frequenti;
- delle 68 immagini che non raffigurano persone, 12 sono fotografie di mezzi di sicurezza (auto della polizia, blindati dell'esercito, etc.) e altre 12 riguardano il ponte di Rialto a Venezia (obiettivo di un possibile attacco terroristico).



Genere
delle persone
nelle immagini
di *terrorismo*

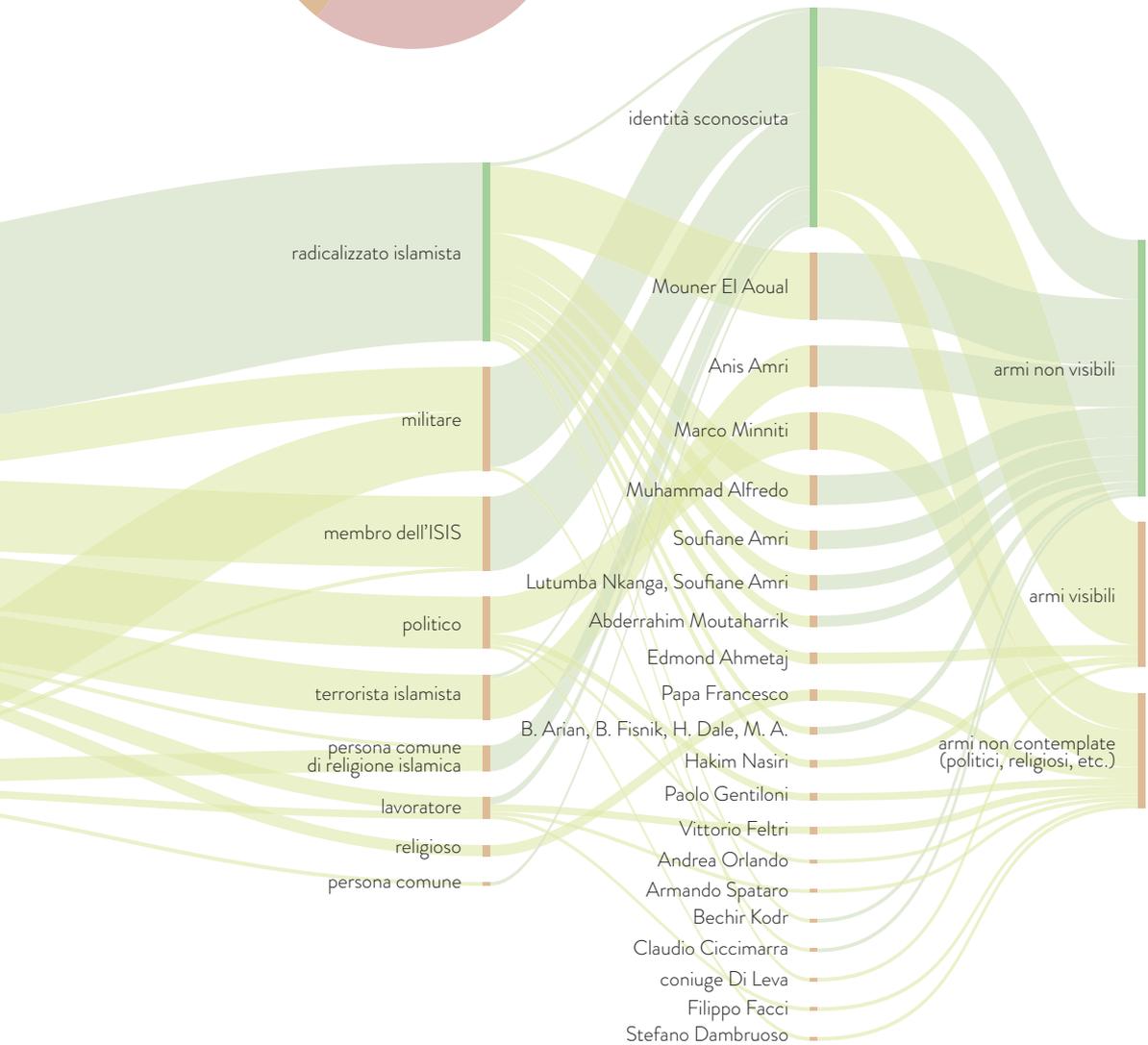
Terrorismo / immagini / uomini



■ variabili maggiori
(costanti formali)
■ variabili minori

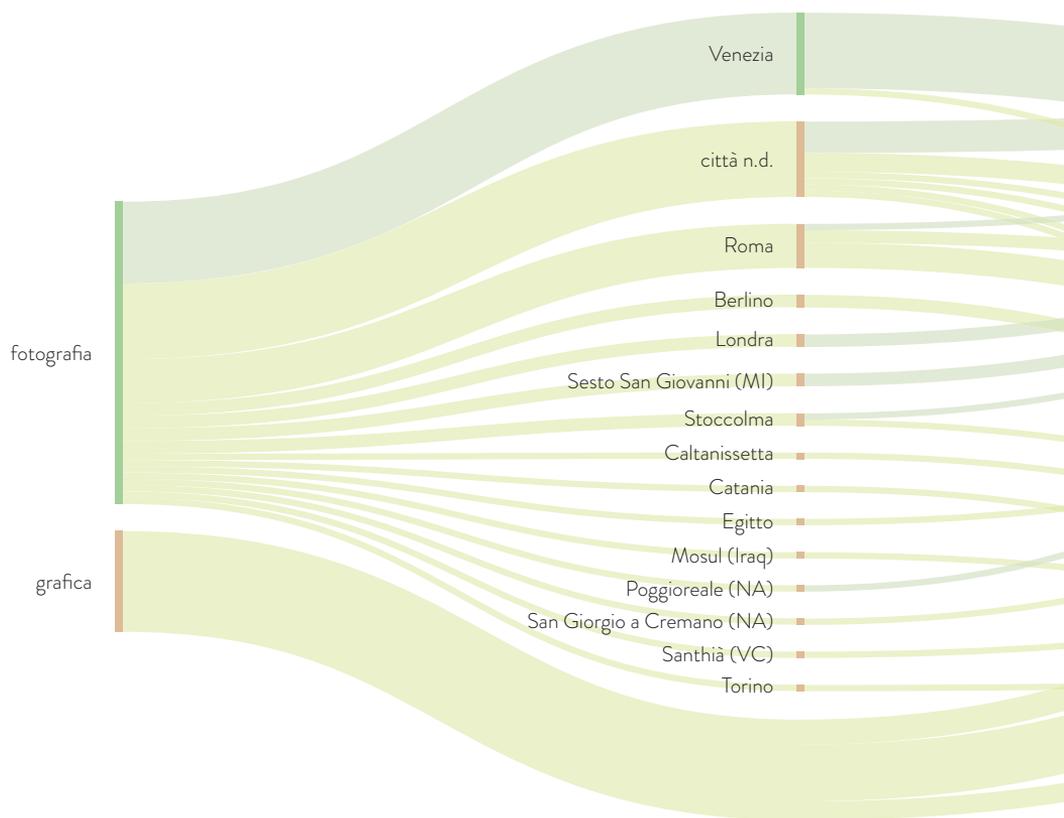


Azioni svolte dagli uomini nelle immagini di *terrorismo*

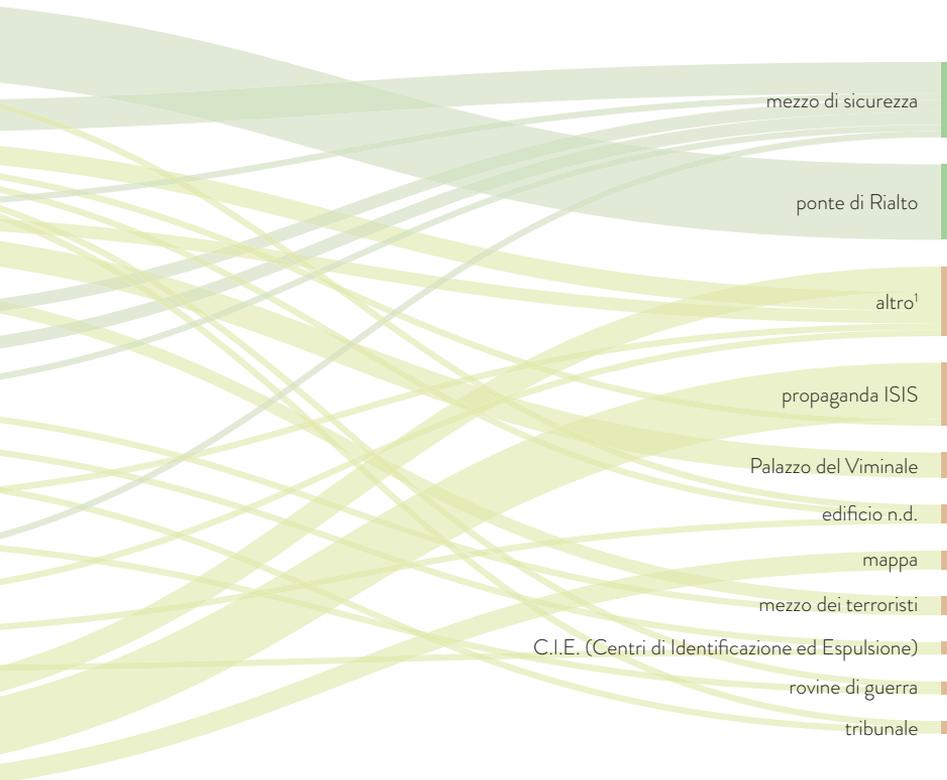


genere n.d. l'abbigliamento militare non permette sempre di determinare il genere dei soggetti

Terrorismo / immagini / altro



■ variabili maggiori (costanti formali)
■ variabili minori



n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta
 le immagini *collage* sono escluse dalla visualizzazione





CRONACA+POLITICA

38 immagini totali di cui:

28 raffigurano *persone*;

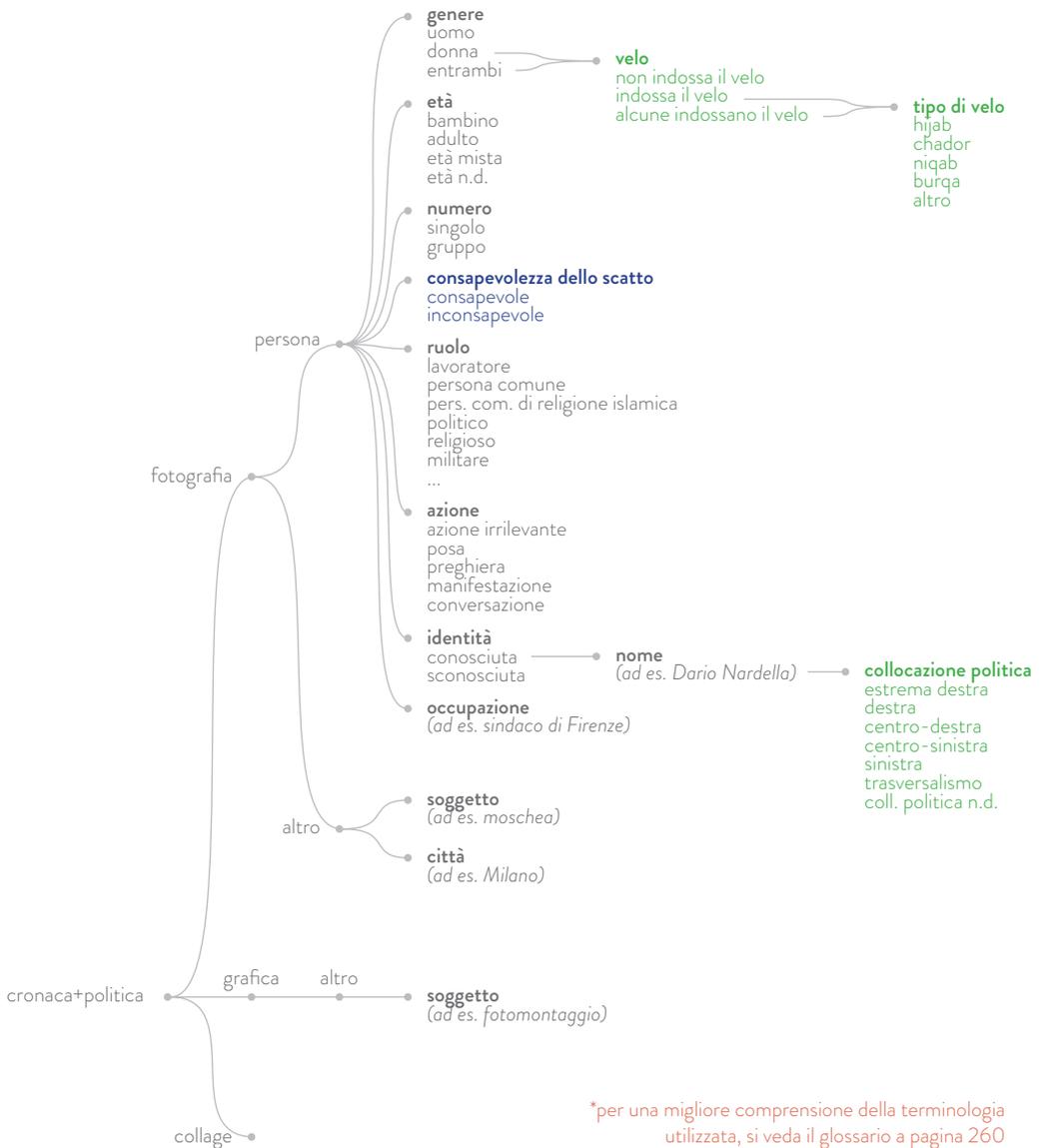
10 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria *cronaca+politica*

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

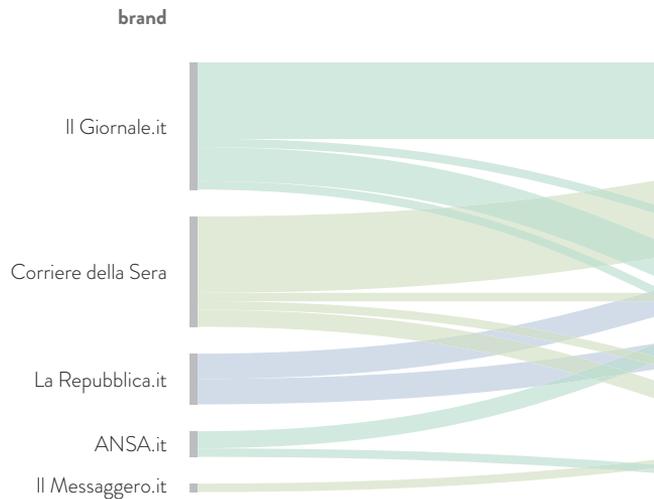
elementi della categoria *cronaca+politica*



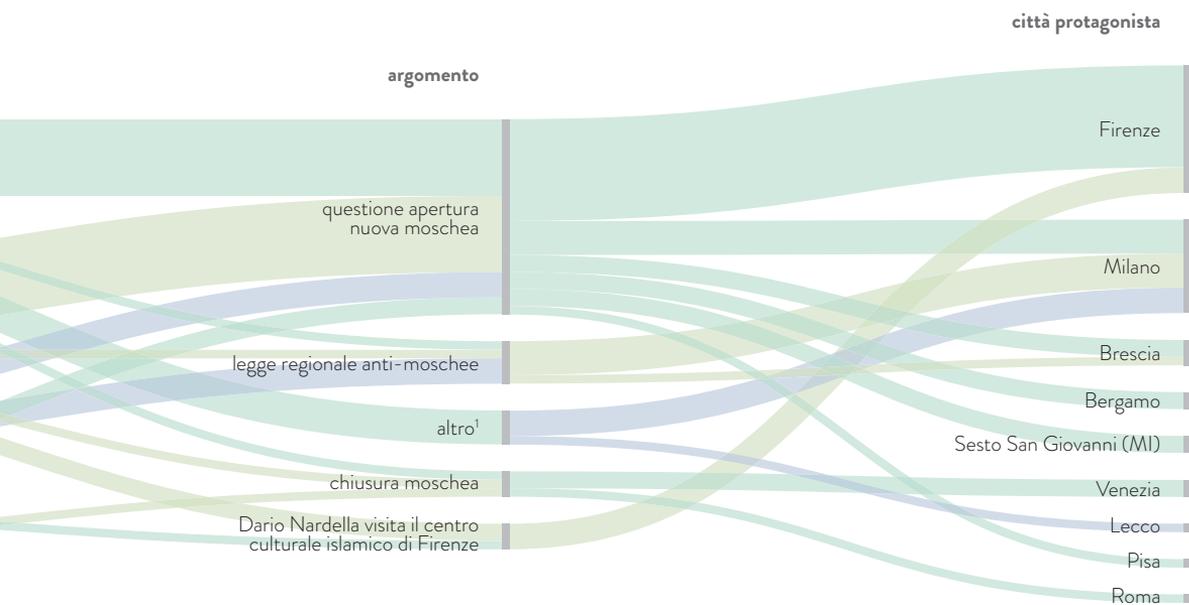
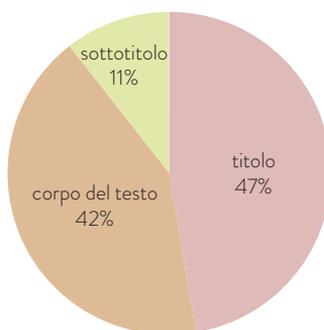
*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

Quasi tutti gli articoli della categoria *cronaca+politica* ruotano intorno alle vicissitudini legate all'apertura (o chiusura) di moschee o centri culturali islamici. In questi casi, le parole come "Islam", "musulmano" o derivati compaiono già nel titolo nel 47% dei casi.

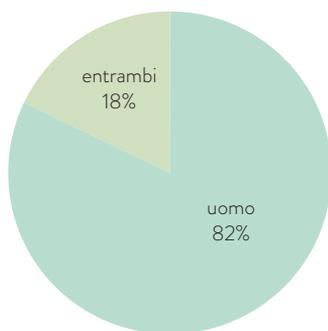
Se le dichiarazioni contenute nel corpo del testo provengono da politici, dai sindaci ai ministri, la scelta iconografica appare piuttosto curiosa: gran parte delle immagini rappresenta uomini musulmani in preghiera. Lo stereotipo del fedele islamico, maschio e senza identità, si ripropone con più forza tra le immagini di questa categoria. Più raramente compaiono degli imam, di solito in compagnia di figure della politica cittadina (ad es. Dario Nardella, sindaco di Firenze, con Izzeddin Elzir, imam e presidente dell'UCOII).



Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:

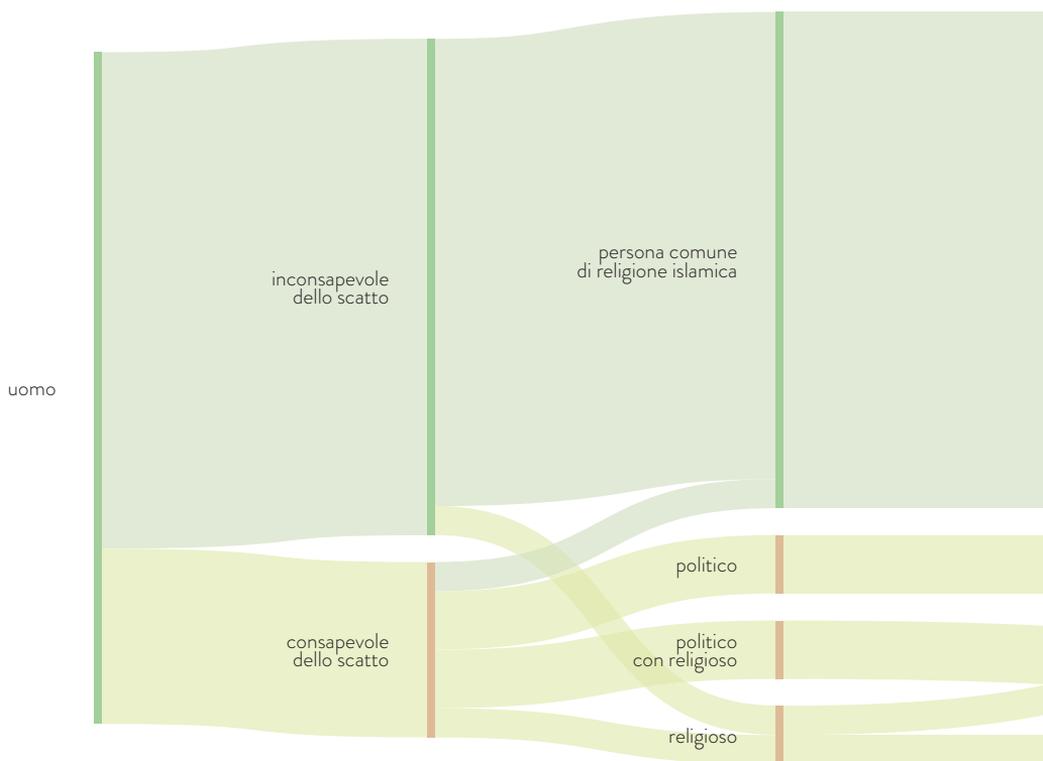


altro¹ variabile compare 1 volta

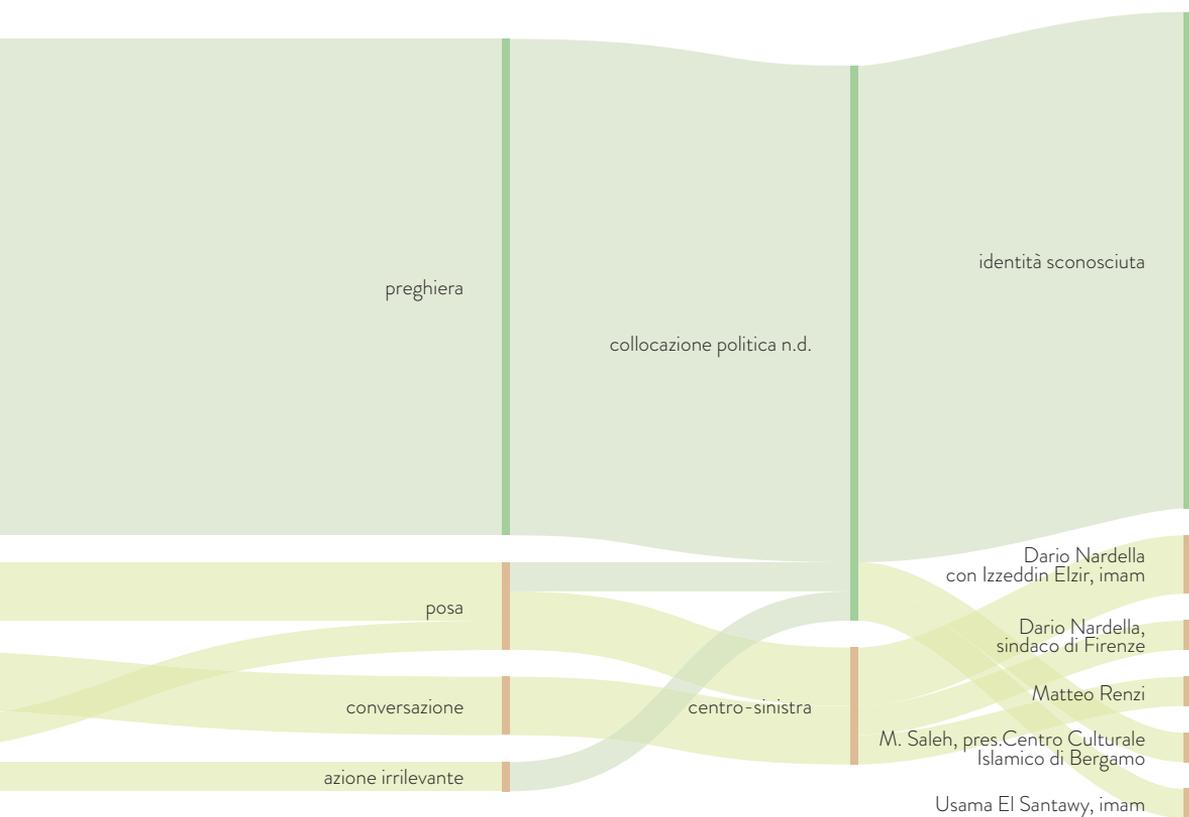


Genere delle persone nelle immagini di *cronaca+politica*

Cronaca+politica / immagini / uomini



■ variabili maggiori (costanti formali)
 ■ variabili minori



n.d. variabile non definita



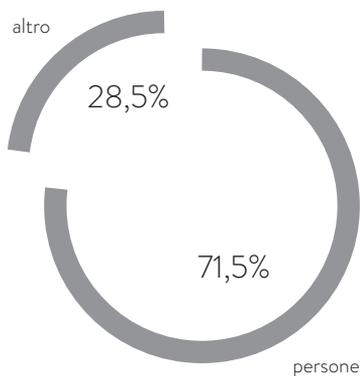


4.11 Risultati per l'Unione europea

656 immagini in totale di cui:
469 raffigurano *persone* (71,5%);
187 raffigurano *altro* (28,5%).

Anche per i paesi dell'UE, le visualizzazioni si riferiscono alle immagini che raffigurano *persone*, mentre solo per la categoria *terrorismo e sicurezza* sono state considerate anche le immagini che rappresentano *altro*.

In ogni caso, l'analisi di articoli e immagini che non riguardano l'Italia è meno approfondita e vuole delineare solo alcuni aspetti di rilievo e, magari, di confronto con i risultati esposti nei paragrafi precedenti. Inoltre, le visualizzazioni che seguono sono dedicate solo alle categorie *politica* e *terrorismo*, le uniche che vantano un numero di immagini tale da poter definire delle costanti formali. Per le altre categorie, di seguito sono riportate alcune informazioni riassuntive.



Cronaca

15 immagini in totale.

Più della metà degli articoli narra di casi di islamofobia, ma dalle immagini non si delineano ripetizioni degne di nota.

Cultura

30 immagini in totale.

Gli articoli raccolti trattano di interviste a intellettuali, editoria ed eventi culturali. Gli uomini sono presenti nel 73% delle immagini di *persone*: sono, perlopiù, scrittori affermati come lo svedese Jonas Jonasson e l'algerino Boualem Sansal.

Religione

7 immagini in totale.

Con 7 immagini e articoli in totale non è possibile stabilire delle costanti formali di rilievo. Le figure più presenti sono, comunque, leader spirituali e uomini comuni di fede islamica.

Terrorismo+cultura

11 immagini in totale.

Sono inclusi in questa piccola categoria tutti gli articoli pubblicati in merito alla manifestazione organizzata dalle donne musulmane (e non) di Londra in solidarietà alle vittime dell'attentato del 22 marzo 2017. Attraverso una simbolica catena umana sul ponte di Westminster, le donne hanno voluto condannare pubblicamente la violenza commessa in nome dell'Islam. Gli 11 articoli apparsi provengono da nove diverse testate e utilizzano quasi sempre il termine "musulmane" nel titolo. Le immagini, ovviamente, raffigurano soprattutto donne musulmane, con indosso il hijab e consapevoli dello scatto fotografico.

Terrorismo+cronaca

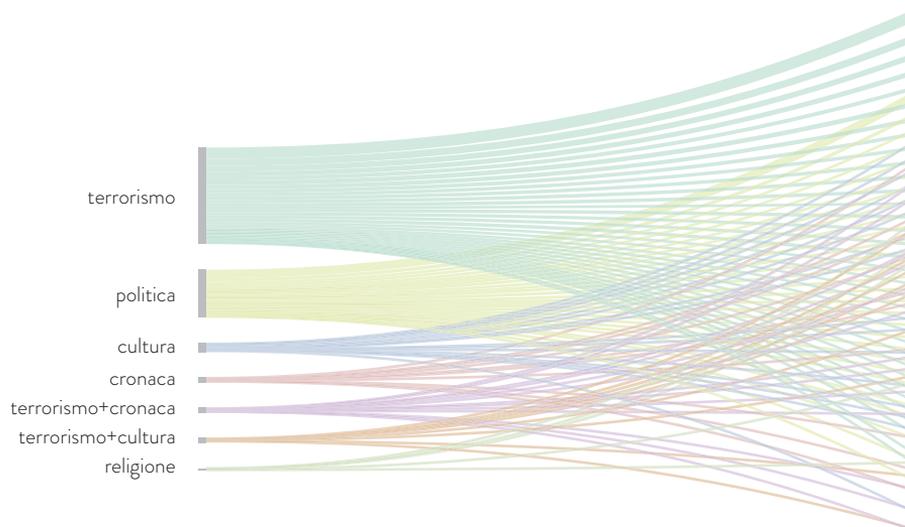
14 immagini in totale.

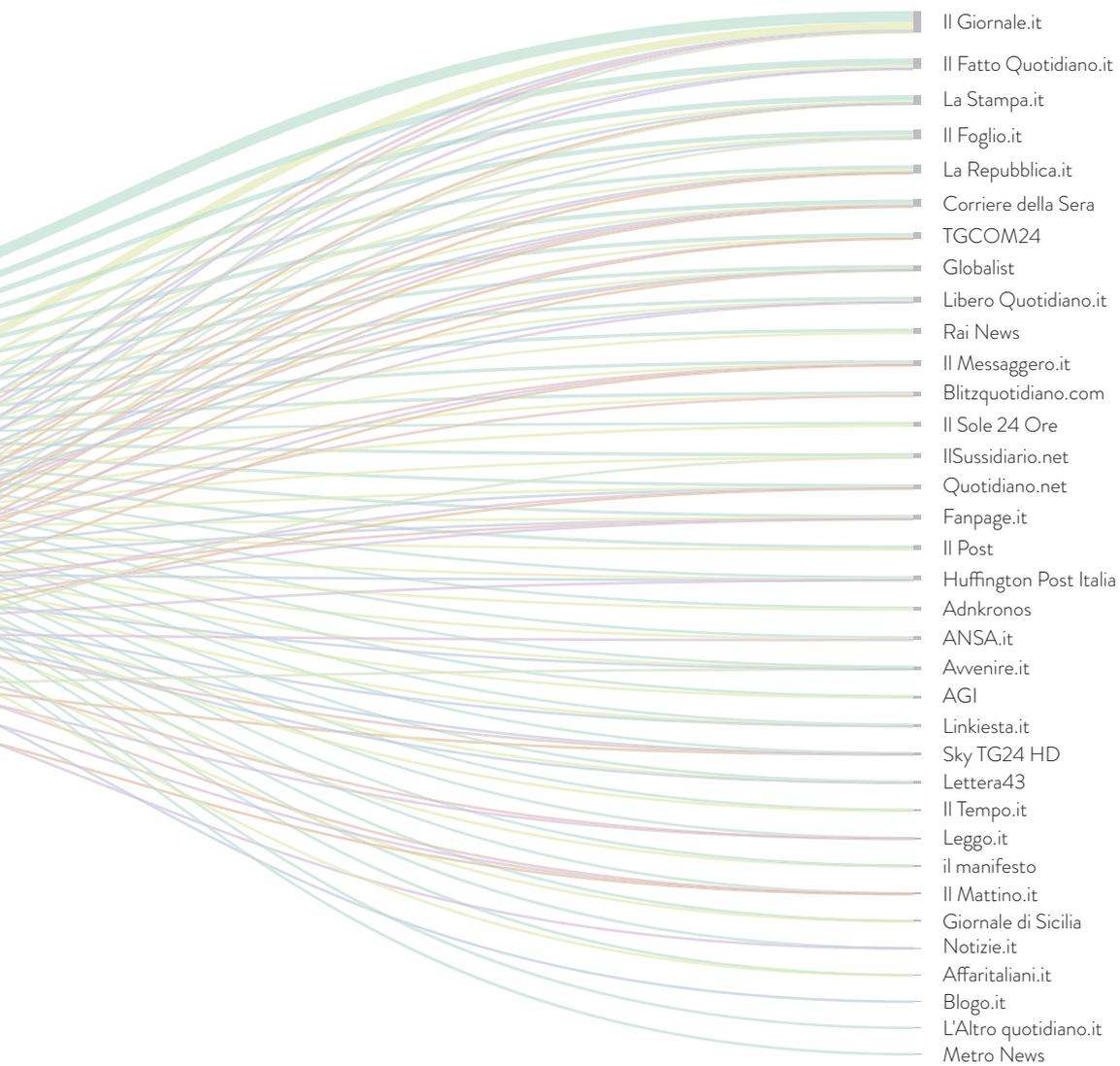
Similarmente al caso precedente, anche la categoria *terrorismo+cronaca* è stata costruita intorno ad un'unica storia, più volte trattata dai quotidiani online: si tratta di un approfondimento su Teegan Harvey, figlia di Khalid Masood, l'attentatore di Westminster. La giovane è divenuta, suo malgrado, famosa per aver rifiutato i dettami conservatori del padre ma anche, e soprattutto, per una sua fotografia ripubblicata più volte in cui appare in posa in abito da sera definito "occidentale" dai giornali.

Testate e categorie

Come si può percepire dalla visualizzazione a lato, nel trattare notizie sull'Islam in altri paesi europei il frame del terrorismo è il più utilizzato in assoluto. Segue la politica, per via delle diverse campagne elettorali che hanno avuto luogo tra febbraio ed aprile 2017.

Tra i quotidiani online, solo Il Giornale.it, con 89 articoli (46 legati alla categoria *terrorismo e sicurezza*) si distingue dagli altri brand.



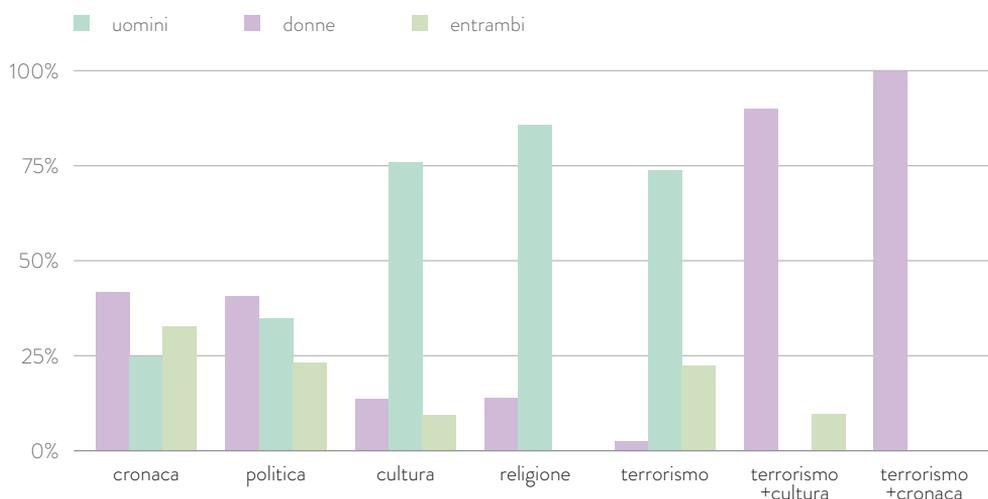


Uomini, donne e personalità frequenti

I numeri di uomini e donne rappresentati nelle immagini per l'UE si differenziano da quelli dell'Italia. Nella categoria *politica* le donne sono di poco superiori agli uomini, soprattutto grazie alla carismatica figura di Marine Le Pen; in *cultura* sono gli uomini, invece, a comparire più spesso, così come in *religione* e *terrorismo*. Nelle due categorie ibride individuate solo per l'Europa (*terrorismo+cultura* e *terrorismo+cronaca*), compaiono quasi esclusivamente donne.

Tra le personalità conosciute più presenti vi sono leader politici di partiti populistici di diverse nazioni come l'olandese Geert Wilders e la francese Marine Le Pen che, durante le campagne elettorali, si sono scagliati spesso contro la comunità musulmana. Mark Rutte, leader politico olandese di stampo più liberale e dai toni più soft rispetto a Wilders, è meno rappresentato.

UE / immagini / percentuale di uomini e donne per categoria



UE / immagini / numero di volte in cui compaiono le personalità più frequenti (≥ 5)

Geert Wilders

leader olandese PVV

35

Teagan Harvey

figlia di Khalid Masood

11

Marine Le Pen

leader francese FN

31

Rakhmat Akilov

terrorista islamista

6

Khalid Masood

terrorista islamista

29

Theresa May

primo ministro britannico

6

Mark Rutte

leader olandese VVD

16

Karim Cheurfi

terrorista islamista

5

UE / POLITICA

191 immagini totali di cui:

167 raffigurano *persone*;

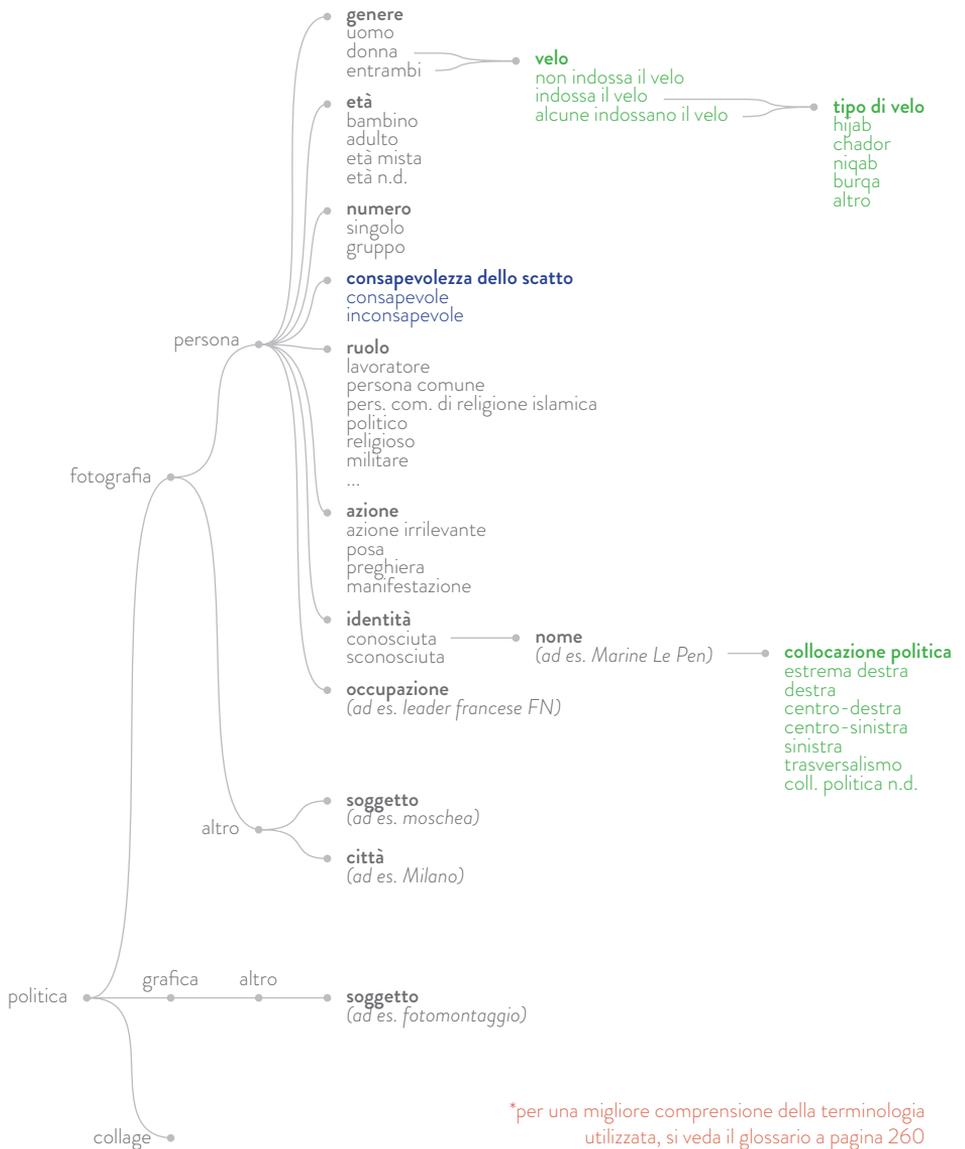
24 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria politica

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

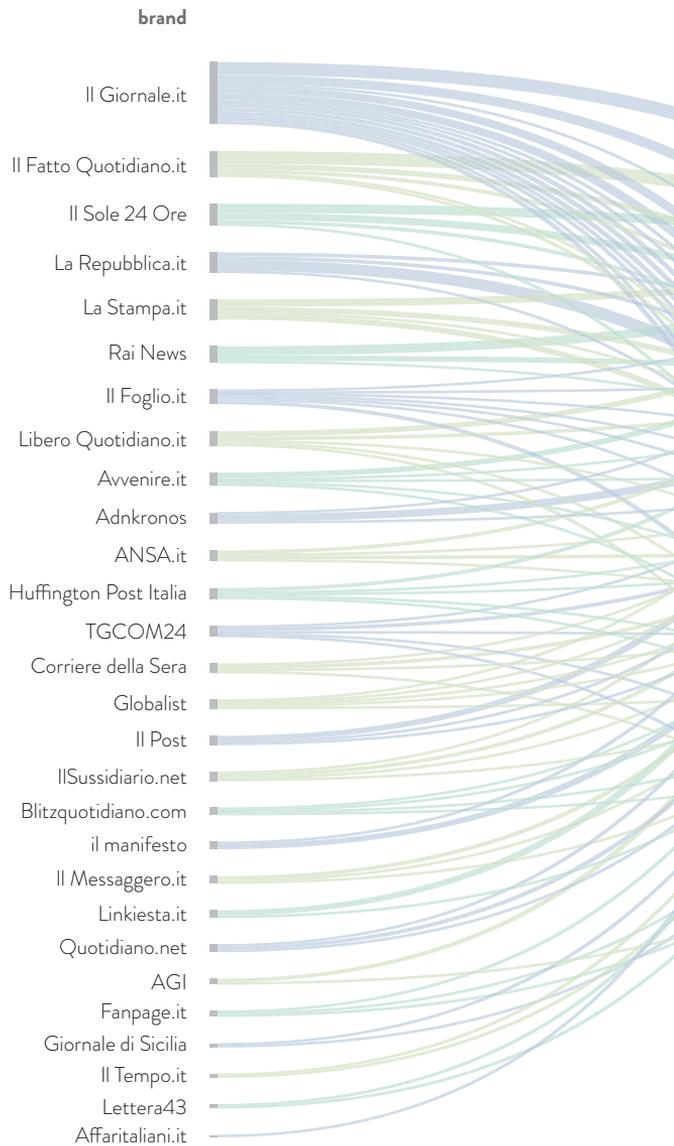
elementi della categoria politica



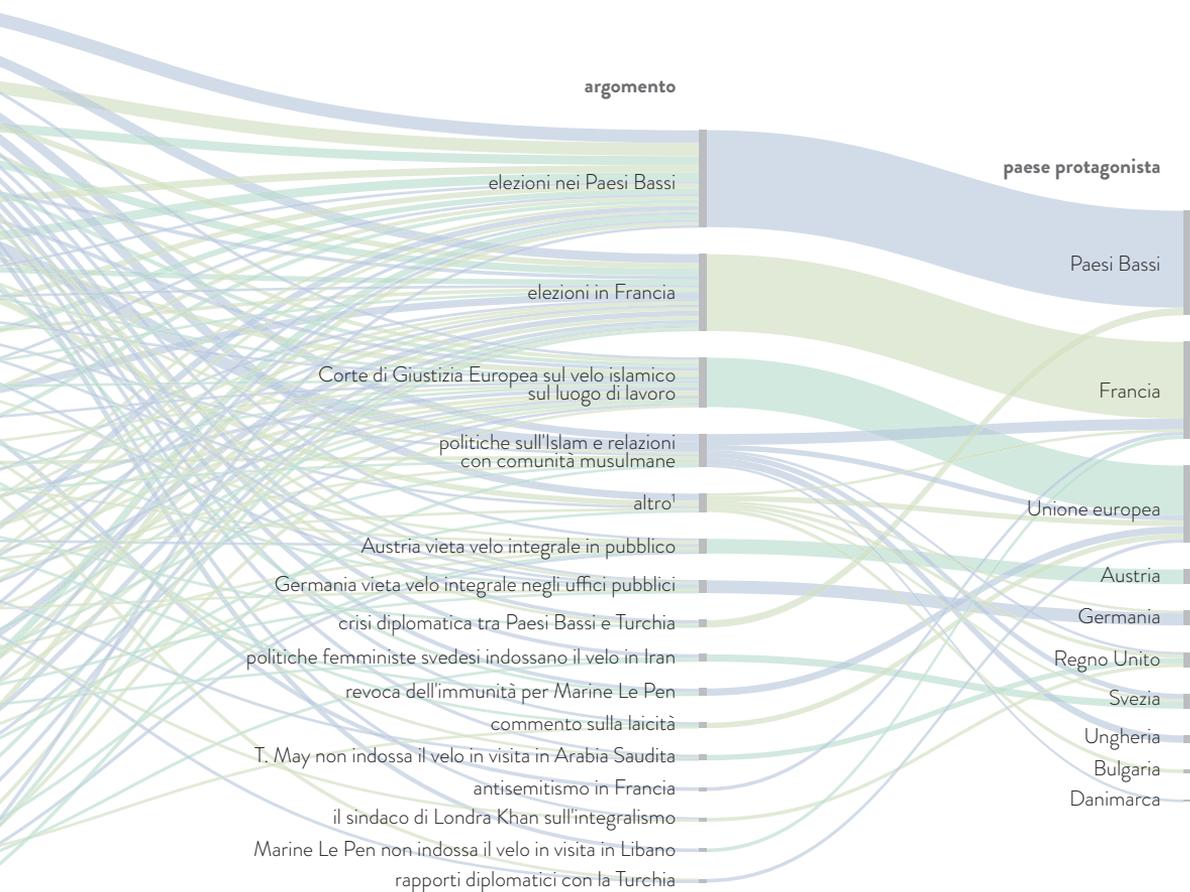
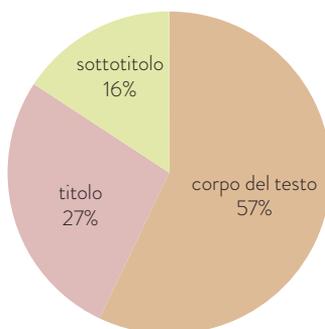
Per quanto riguarda gli articoli, i temi più discussi sono le elezioni politiche nei Paesi Bassi ed in Francia: sono diversi, infatti, i partiti politici che si sono schierati apertamente contro immigrazione e Islam nelle sue accezioni più conservatrici. Anche la sentenza della Corte di Giustizia dell'Unione europea sull'utilizzo del velo islamico sul luogo di lavoro ha riscosso particolare attenzione da parte del mondo dell'informazione online. Il Giornale.it appare nuovamente come il quotidiano online più prolifico.

Sono facilmente riconoscibili delle costanti formali:

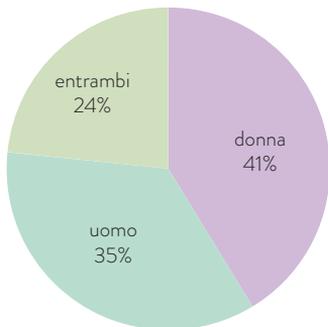
- il 59% delle immagini rappresenta politici e il 27% riguarda persone comuni di religione islamica;
- i politici sono soprattutto uomini (ma con una discreta percentuale di donne), in posa, affiliati a partiti di destra o centro-destra;
- le persone comuni di religione islamica sono principalmente donne, inconsapevoli dello scatto fotografico e di cui non conosciamo il nome. La maggior parte di esse veste il niqab.



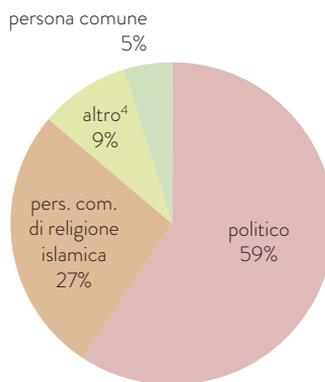
Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:



altro¹ variabile compare 1 volta

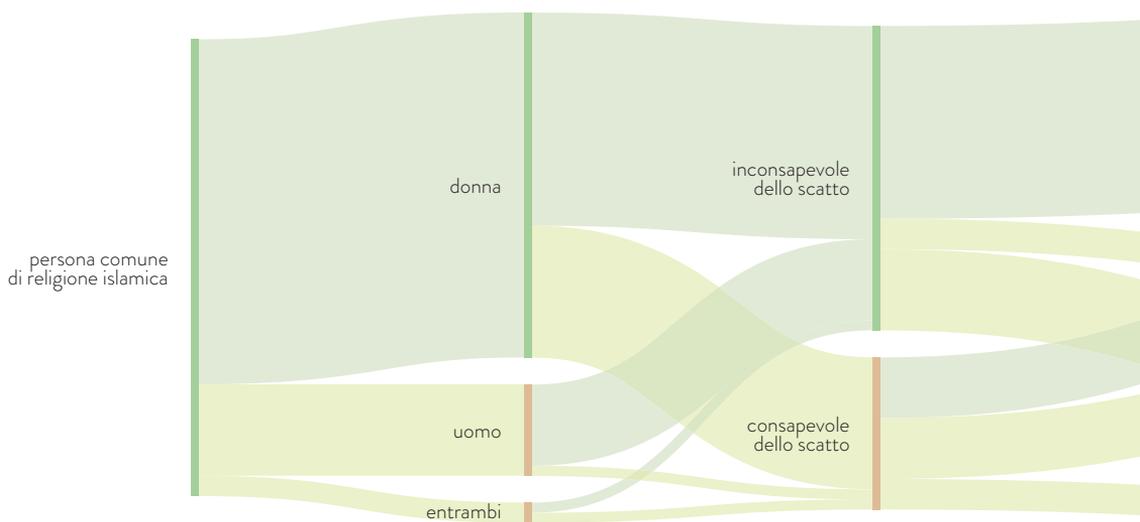


Genere delle persone nelle immagini di *politica*



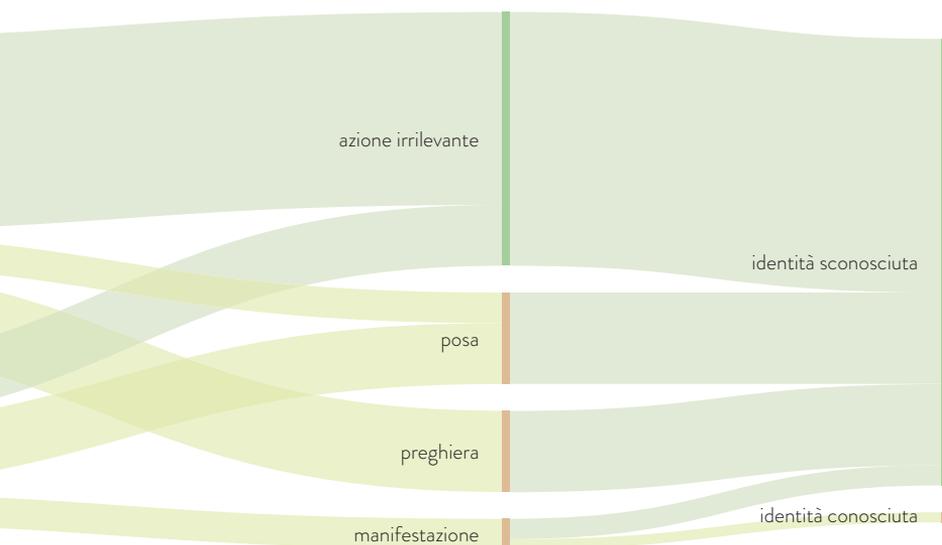
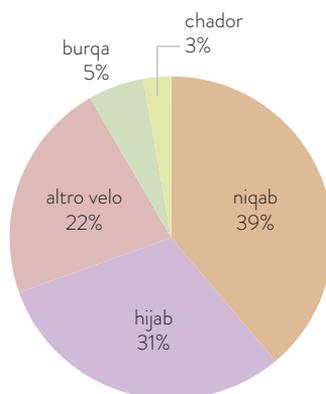
Ruolo delle persone nelle immagini di *politica*

UE / politica / immagini / persone / persone comuni di religione islamica



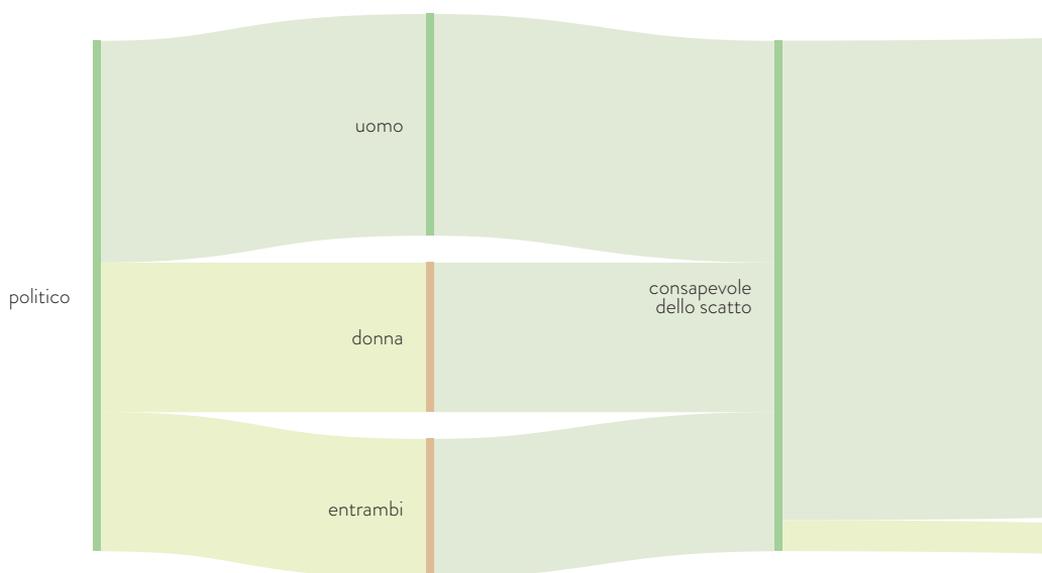
■ variabili maggiori (costanti formali)
 ■ variabili minori

Varianti di **velo islamico**
indossato da *donne comuni di*
religione islamica

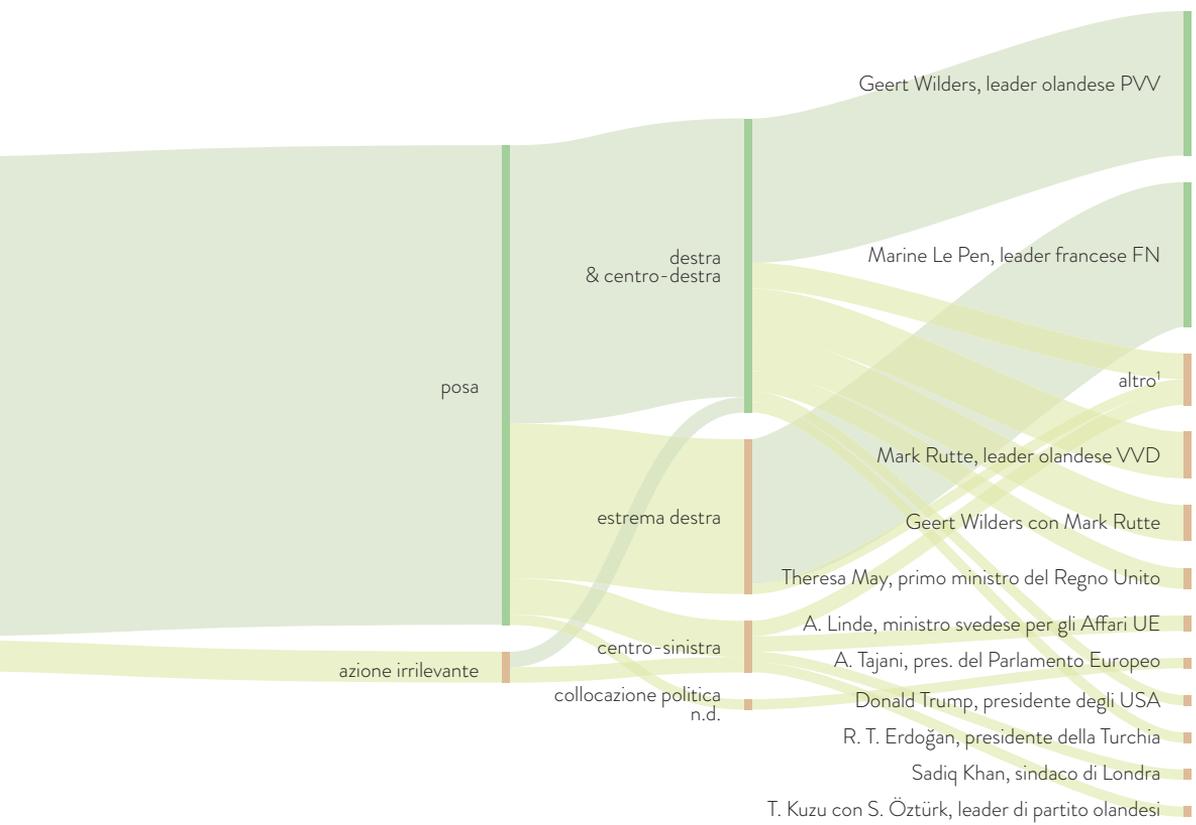


altro⁴ variabile compare 1-4 volte

UE / politica / immagini / persone / politici



■ variabili maggiori (costanti formali)
■ variabili minori



altro¹ variabile compare 1 volta





UE / TERRORISMO E SICUREZZA

388 immagini totali di cui:

239 raffigurano *persone*;

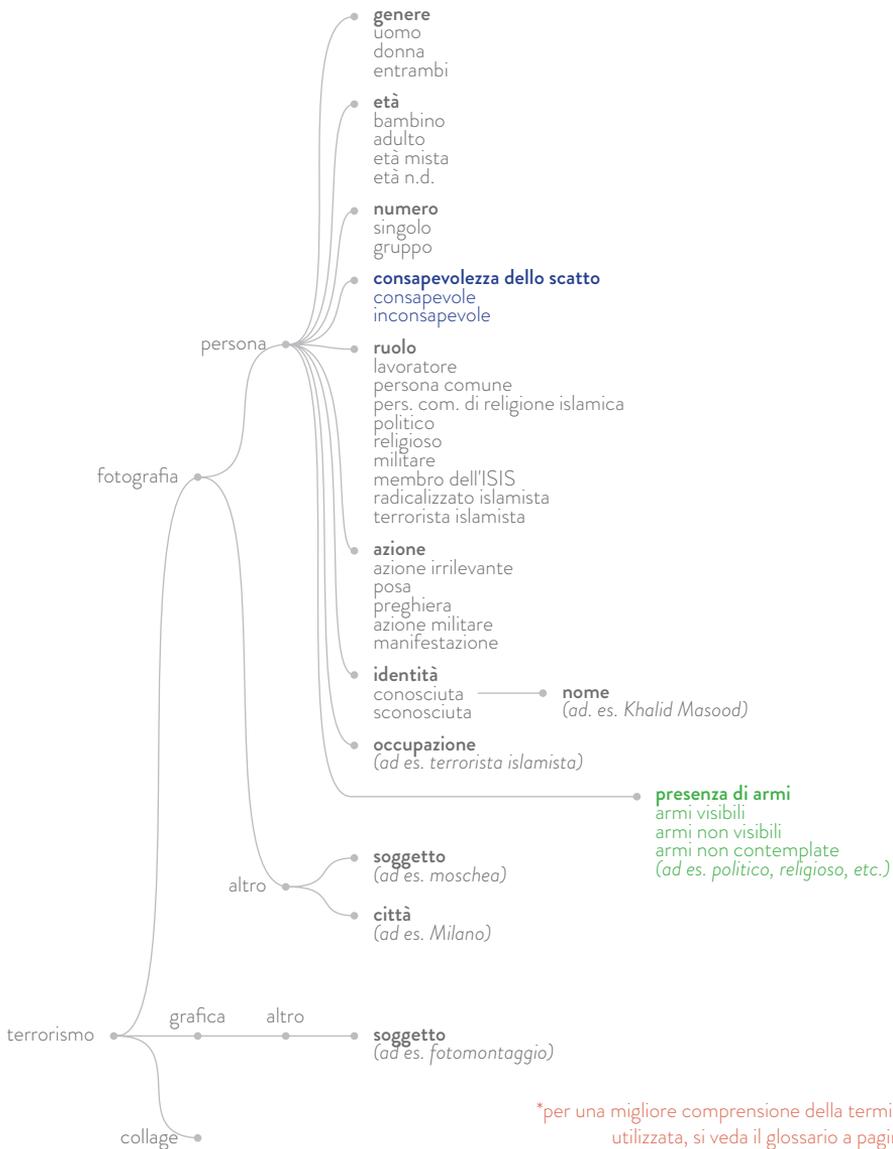
149 raffigurano *altro*.

Schema di analisi per le immagini della categoria *terrorismo e sicurezza*

1° liv. di visual framing

2° liv. di visual framing

elementi della categoria *terrorismo*



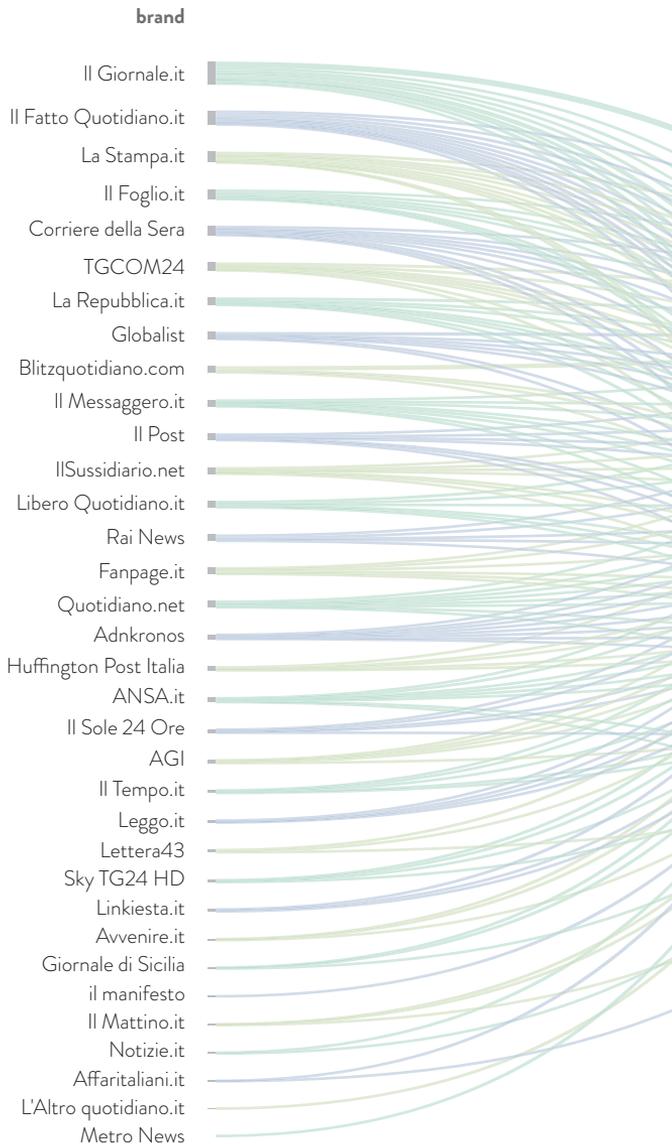
*per una migliore comprensione della terminologia utilizzata, si veda il glossario a pagina 260

La categoria *terrorismo e sicurezza* raccoglie il maggior numero di articoli legati ai paesi dell'Unione europea. Le notizie più trattate riguardano i diversi attacchi terroristici che si sono succeduti nei mesi presi in considerazione. Tra i maggiori eventi vi sono:

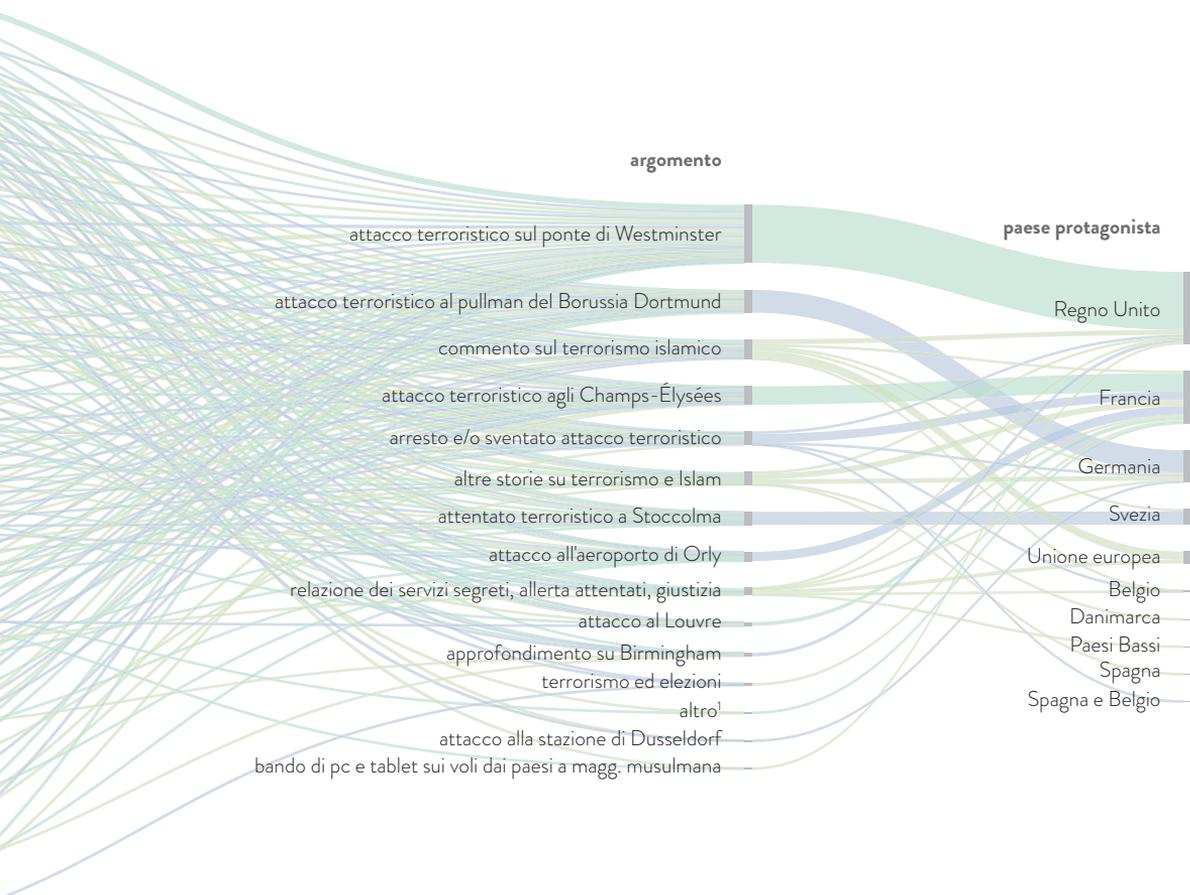
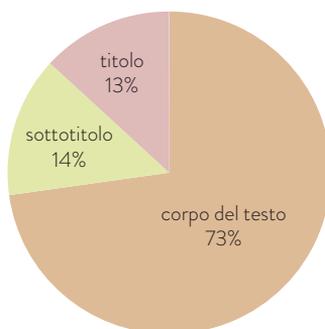
- l'attacco terroristico a Westminster, Londra, il 22 marzo 2017;
- l'attacco terroristico al pullman del Borussia Dortmund, in Germania, l'11 aprile 2017 (successivamente verrà meno la pista della matrice islamista);
- l'attacco terroristico agli Champs-Élysées, Parigi, il 20 aprile 2017.

Regno Unito, Francia e Germania risultano, quindi, i Paesi di cui si è discusso di più.

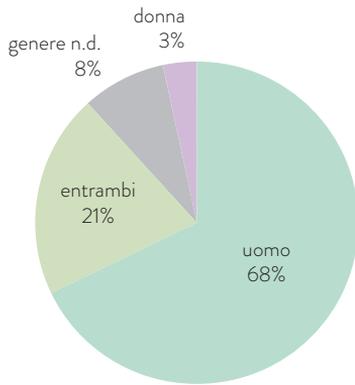
Gli uomini compaiono maggiormente nelle immagini (68%): sono, perlopiù, membri delle forze dell'ordine di cui non conosciamo l'identità; anche le fotografie di terroristi islamisti, quali Khalid Masood (l'attentatore di Westminster), sono piuttosto numerose ma, nuovamente, si tratta di immagini segnaletiche o reperite sui social network.



Almeno una delle **keyword** ricercate appare per la prima volta in:

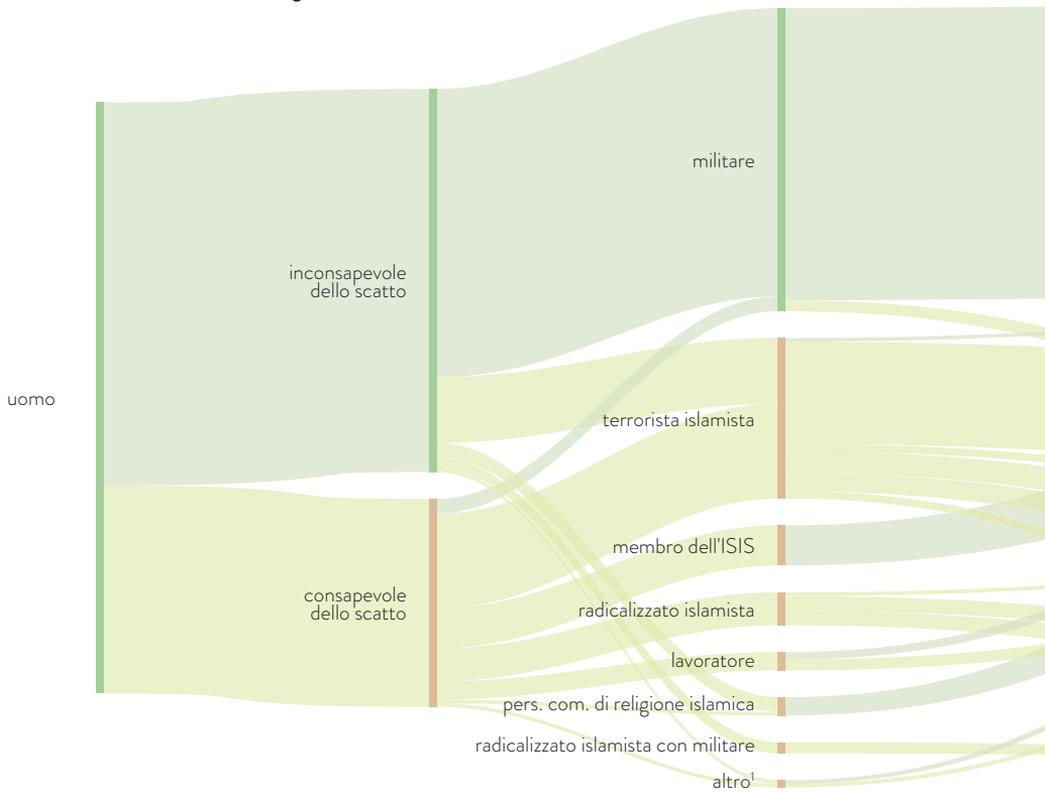


altro¹ variabile compare 1 volta

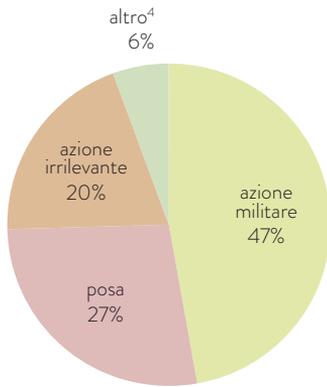


Genere delle persone nelle immagini di *terrorismo*

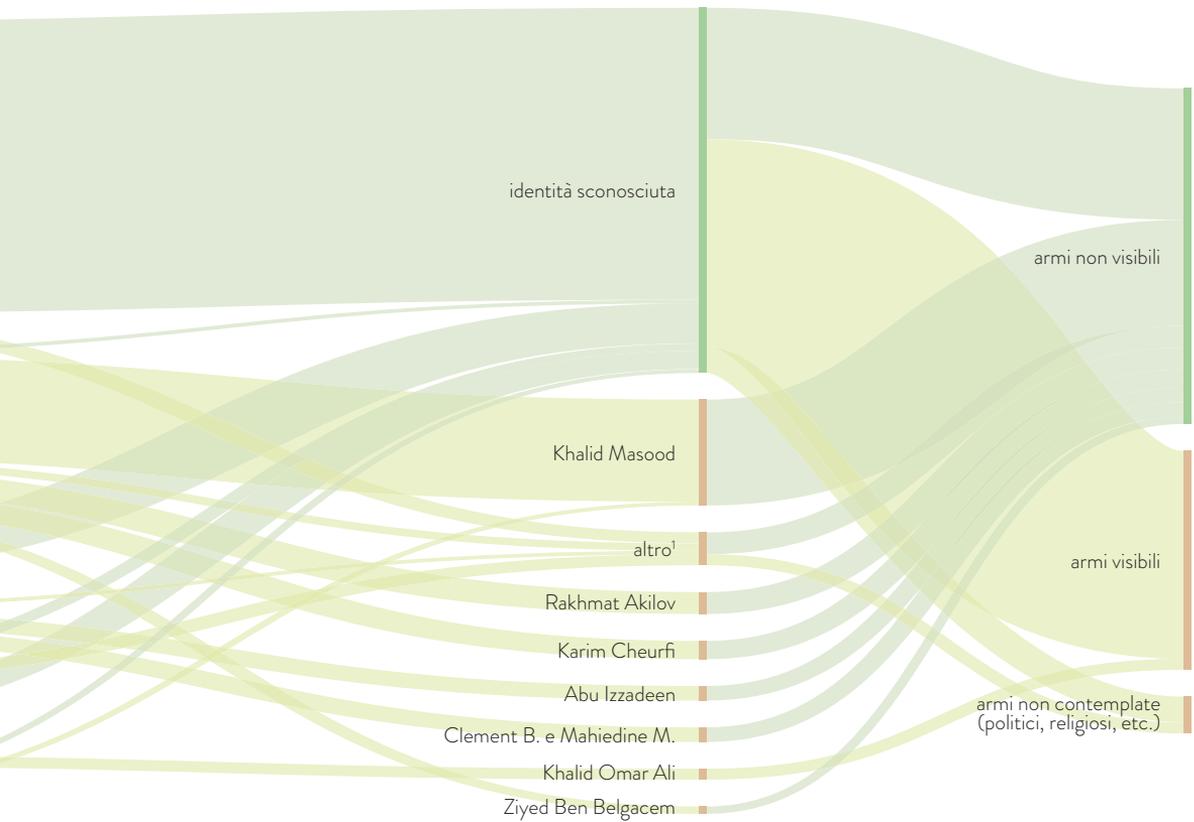
UE / terrorismo / immagini / uomini



■ variabili maggiori (costanti formali)
 ■ variabili minori

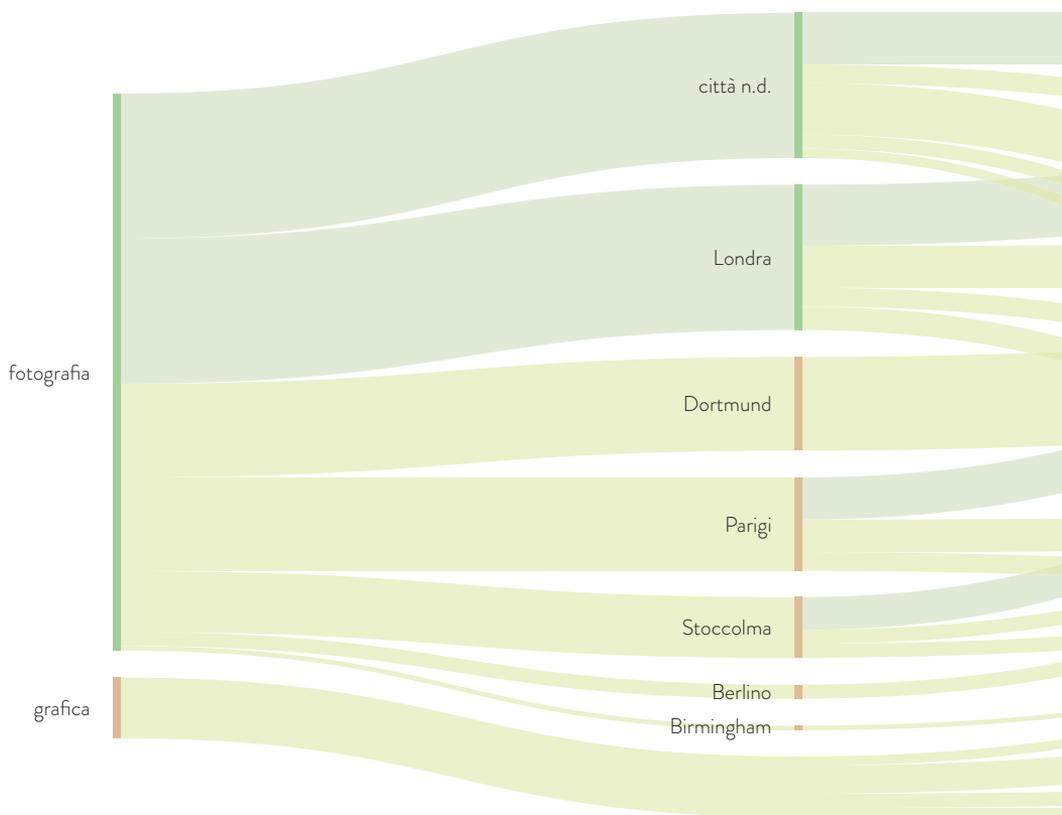


Azioni svolte dagli uomini nelle immagini di *terrorismo*

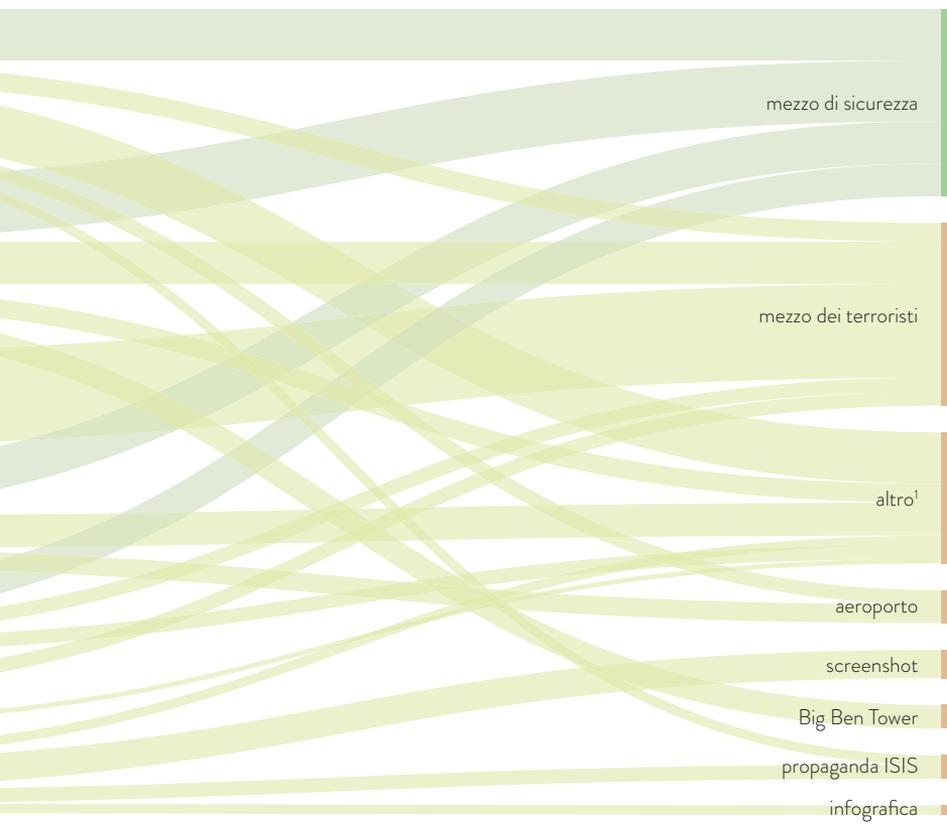


n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta
 altro⁴ variabile compare 1-4 volte
 genere n.d. l'abbigliamento militare non permette sempre di determinare il genere dei soggetti

UE / terrorismo / immagini / altro

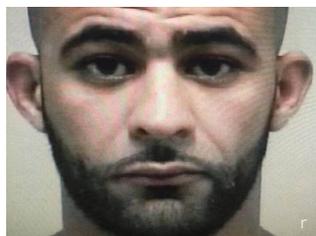


■ ■ ■ variabili maggiori (costanti formali)
■ ■ ■ variabili minori



n.d. variabile non definita
 altro¹ variabile compare 1 volta
 le immagini *collage* sono escluse dalla visualizzazione





4.12 Conclusioni: risposte a obiettivi e quesiti di partenza

Ad analisi ultimata, è possibile verificare gli obiettivi di partenza e rispondere ai quesiti d'indagine.

Obiettivo 1

delineare una dimensione quantitativa della rappresentazione dell'Islam nei media italiani presi in considerazione

Le tabelle a *pagina 90-91* e il grafico di *pagina 98-99* svelano chiaramente la dimensione quantitativa dei dati presi in analisi. Per quanto riguarda le notizie sull'Italia, la categoria *terrorismo e sicurezza* è quella che raccoglie il maggior numero di articoli e immagini (248): gli argomenti variano dai soggetti radicalizzati ai rafforzamenti nella sicurezza delle città italiane, ed è chiaro, quindi, come il Paese viva con disagio e sospetto il fenomeno del terrorismo di matrice islamista che ha colpito gli altri paesi europei. A maggior ragione, quello del terrorismo è il tema più toccato nella trattazione di notizie sui paesi dell'Unione (388), a causa di eventi quali l'attacco sul ponte di Westminster, Londra, del 22 marzo 2017 o quello agli Champs-Élysées, Parigi, del 20 aprile 2017.

Al secondo posto per le notizie sull'Italia si pone la categoria *cultura, spettacolo e società* (178). L'Islam è indagato attraverso la moda, lo sport, il cinema e la letteratura. Si tratta di una positiva apertura al tema della religione islamica, non vista solo più come fonte di violenza ma come sfaccettato fen-

meno religioso, culturale ed identitario. Le immagini rispecchiano la frammentarietà del panorama dell'Islam italiano e non danno spazio a donne e giovani, col velo o senza.

Per quanto riguarda i paesi dell'Unione europea, la seconda categoria per numero di articoli e immagini è la *politica* (191). I mesi febbraio-marzo-aprile 2017, infatti, sono stati teatro di diverse importanti campagne elettorali che hanno portato sotto i riflettori internazionali figure molto discusse come Marine Le Pen, dell'estrema destra francese, e Geert Wilders, del Partito per la Libertà (PVV) olandese: entrambi si sono scagliati apertamente contro le comunità musulmane dei rispettivi paesi e contro le politiche migratorie dell'UE.

Anche la categoria *religione e dialogo interreligioso* conta un discreto numero di articoli e immagini per l'Italia (154). L'attenzione, però, è tutta per Papa Francesco e raramente si discute di concetti o pratiche della fede islamica. Seguono i casi di *cronaca* (138), principalmente in chiave negativa, di *politica* e di *cronaca+politica*.

Non si registrano differenze significative tra le testate online selezionate, ma sono sicuramente identificabili alcuni brand più attivi di altri nella produzione di storie sull'Islam. Il Giornale.it, La Stampa.it, Il Corriere della Sera

online, La Repubblica.it, Ansa.it, Libero Quotidiano.it sono tra le testate più prolifiche. Se molte di esse rappresentano anche i quotidiani più diffusi e letti sul territorio nazionale, stupisce Il Giornale.it: primo per numero di articoli pubblicati sull'Islam nel periodo di riferimento, ma dodicesimo per audience digitale unica giornaliera totale (secondo i dati Audiweb di febbraio 2017). Come già accennato nell'approfondimento di *pagina 102*, la redazione di Sallusti dimostra un interesse fuori dal comune per i musulmani, che definisce spesso ed erroneamente attraverso l'aggettivo "islamici", utilizza toni rabbiosi ed accompagna le notizie con immagini di repertorio di donne velate anonime e uomini in preghiera.

Se Il Giornale.it scrive soprattutto di terrorismo, cronaca e politica, La Stampa.it se ne discosta attraverso numerose storie ascrivibili alle categorie di *cultura, spettacolo e società e religione e dialogo interreligioso*. Si tratta della presentazione di un Islam più variegato in cui emergono anche narrazioni positive incentrate sul dialogo tra le comunità.

Obiettivo 2

verificare la presenza di costanti formali, cioè elementi visivi ripetitivi, per individuare le categorie principali di rappresentazione visiva dell'Islam in Italia

Dall'analisi delle immagini sull'Islam sono state individuate delle costanti formali che possono essere riassunte all'interno delle seguenti categorie di rappresentazione:

categorie generali

- rappresentazione della donna musulmana;
- rappresentazione dell'uomo musulmano;
- figure legate al terrorismo e alla sicurezza;
- figure politiche;

categoria puntuale

- figura del Papa.

*Rappresentazione
della donna musulmana*

Si possono distinguere due tipi di rappresentazione delle donne di fede islamica:

- la donna che indossa il velo, di solito hijab o niqab, in atteggiamento timido e scostante, che rifugge dall'obbiettivo fotografico o non è consapevole della sua presenza e di cui non conosciamo l'identità. Spesso si tratta di immagini di repertorio.

Categoria di riferimento:
cronaca;

- la donna, velata e non, in posa o ripresa durante una performance (lavorativa, sportiva, etc.), spesso sorridente e conscia di essere fotografata, di cui conosciamo l'identità (di solito rivelata in didascalia o corpo del testo).

Categoria di riferimento:
cultura, spettacolo e società.



*Rappresentazione
dell'uomo musulmano*

Di solito riconoscibile in:

- un leader spirituale, imam ad esempio, frequentemente in posa con altri leader religiosi o politici, consapevole dello scatto fotografico e la cui identità è svelata nell'articolo. Tra i più rappresentati vi sono il Grande Imam di al-Azhar e Izzeddin Elzir, presidente dell'UCOII.

Categorie di riferimento:
*religione e dialogo interreligioso,
cronaca + politica;*

- un gruppo di uomini in preghiera, genuflessi, di solito all'interno di una moschea, i cui visi sono nascosti dalla posizione o dalle mani e le cui identità sono ignorate. Spesso si tratta di immagini di repertorio.

Categorie di riferimento:
politica, cronaca + politica.



*Figure legate al terrorismo
e alla sicurezza*

Anche in questo caso, le immagini differiscono tra Italia e Unione europea:

- Italia: sono comuni fotografie di radicalizzati islamisti, quasi sempre uomini, in posa e senza armi o altri elementi che possono incutere timore.

Categoria di riferimento:
terrorismo e sicurezza;

- UE: i terroristi islamisti sono più rappresentati, anch'essi uomini, in posa e senza atteggiamenti degni di nota.

Categoria di riferimento:
terrorismo e sicurezza;

- forze dell'ordine: militari dell'esercito o poliziotti in genere, ripresi mentre pattugliano le strade o in operazioni di sicurezza, spesso con armi in vista.

Categoria di riferimento:
terrorismo e sicurezza.



Figure politiche

Diverse a seconda della nazione di riferimento:

- Italia: i politici maggiormente rappresentati sono quelli legati al governo in carica (Partito Democratico, centro-sinistra), come il ministro dell'Interno Marco Minniti.

Categoria di riferimento:
politica;

- UE: i politici che compaiono più frequentemente sono legati a partiti populistici di destra ed estrema-destra: Marine Le Pen, Martin Wilders.

Categoria di riferimento:
politica.



Figura del Papa

Papa Francesco è la figura che appare più spesso tra le immagini raccolte. Si tratta di una categoria puntuale di rappresentazione perché un singolo individuo, il Papa in questo caso, diventa presenza costante del discorso sull'Islam.

- È mostrato da solo o mentre conversa o abbraccia persone comuni e leader spirituali di altre fedi e confessioni, nel segno del dialogo interreligioso.

Categoria di riferimento:
religione e dialogo interreligioso.



Quesito 1

L'analisi di visual framing conferma i risultati di studi affini precedenti?

La risposta è sicuramente affermativa. Alcuni paradigmi di comunicazione evidenziati da studi precedenti descritti nel *capitolo 2* sembrano ripercuotersi anche nella rappresentazione dell'Islam in Italia. In particolare, come abbiamo avuto modo di verificare attraverso i dati e le visualizzazioni, frequente è l'associazione dell'Islam con terrorismo, odio, violenza e armi; l'abbondanza di articoli di cronaca nera, associati ad immagini di donne musulmane velate e anonime, dà rilievo ad un problema "sociale" e sessista apparentemente insito nella comunità musulmana; c'è una netta differenza tra uomini e donne che, inoltre, raramente sono rappresentati insieme nelle fotografie.

Se, però, confrontiamo i risultati con quelli dello studio del 2008 del sociologo e ricercatore Marco Bruno (ad oggi, il lavoro più consistente e recente sull'immagine dell'Islam nei media italiani), possiamo notare anche delle differenze.

Bruno realizza un'analisi delle immagini e delle copertine dei settimanali pubblicati tra il 2000 e il 2003, tenendo conto di posizionamento all'interno dei servizi, utilizzo dei colori, punto di vista dell'osservatore nei confronti dei soggetti raffigurati (alto o basso, ad esempio), prossimità al soggetto (in primo piano o più lontano), etc. Applica, quindi, elementi di analisi di primo e secondo livello di visual framing, senza trascurare gli aspetti di attenzione e prominenza. Le conno-

tazioni visive più comuni individuate riguardano:

- 1 **immagini ufficiali**
(di leader spirituali o politici, strette di mano, etc.);
- 2 immagini di guerre e **attentati**
(reparti militari, macerie etc.);
- 3 folle in rivolta
(uomini rabbiosi, esaltati, che urlano slogan antioccidentali, etc.);
- 4 **folle in preghiera fuori contesto**
(e interni o dettagli delle moschee);
- 5 manifestazioni anti-Islam nei paesi occidentali
(contro l'immigrazione islamica, la costruzione di moschee, etc.);
- 6 **donne velate**
(in burqa e chador);
- 7 immagini di contrasto tra Islam e occidentalizzazione;
- 8 immagini esotiche
(panorami mediorientali, folclore, danza del ventre, etc.).¹¹

È possibile individuare degli elementi di continuità tra i risultati di Bruno e quelli della presente tesi (in grassetto). Le immagini degli uomini in preghiera, spesso allegate ad articoli che poco hanno a che fare con la fede islamica in sé, sono abbondanti nel 2017 così come nel periodo 2000-2003. Lo stesso vale per le fotografie di donne velate, anche se burqa e chador della raccolta di Bruno sono sostituiti soprat-

tutto da hijab e niqab nella presente analisi di visual framing dell'informazione giornalistica online.

Le differenze temporali e di geografia tra i due studi, comunque, danno vita a sostanziali differenze. Nell'indagine di Bruno, immagini sono state raccolte anche da notizie sul Medio Oriente e su altri paesi a maggioranza musulmana: sono comuni fotografie di guerre e macerie, folle di arabi in rivolta contro l'Occidente e panorami esotici. La maggiore incidenza del burqa, più diffuso in Afghanistan, è probabilmente una diretta conseguenza di questa scelta.

I risultati di questa tesi, invece, rivelano l'insorgenza di nuovi fenomeni visivi: un esempio è la diversificazione dell'immagine della donna musulmana, che non è più solo un individuo misterioso ma anche una professionista, un'intellettuale o una persona comune con un'identità ed una storia. Anche la rappresentazione dell'uomo musulmano è cambiata, benché con meno slancio rispetto alla donna: non ci sono barbe incolte ed espressioni rabbiose tra le immagini raccolte sui quotidiani online italiani ma, piuttosto, fedeli in preghiera e imam che conversano con politici o membri del clero cattolico.

Differenze ed elementi in comune tra lo studio di Bruno (2008) e la presente analisi di visual framing



¹¹ BRUNO M., *op. cit.*, pp. 168-169.



Membri del *Mr. Erbil Gentlemen Club* in posa.
Il gruppo nasce nel febbraio del 2016 come
piattaforma d'influenza sociale con l'intento
di diffondere una diversa e positiva immagine
dell'Iraq e dei curdi agli occhi del mondo,
attraverso moda e fotografia.
[Campbell MacDiarmid]



RACCOMANDAZIONI PER LA COMUNICAZIONE

DELL'ISLAM E DI FENOMENI SOCIO-CULTURALI AFFINI

5.1 Come può agire il progettista della comunicazione?

Una volta definite le dimensioni quantitative e qualitative della rappresentazione dell'Islam nell'informazione giornalistica online italiana tramite il visual framing ed il confronto con la precedente letteratura, appare chiaro come la comunicazione di tale fenomeno incorra in forme stereotipe che non restituiscono al pubblico un'immagine integrale della realtà.

Il tema della rappresentazione stereotipata di un gruppo sociale da parte dei media è affrontato frequentemente, soprattutto nella sfera della progettazione della comunicazione. Ad esempio, in riferimento agli stereotipi di genere nei media, Elena Caratti, ricercatrice al Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, sostiene che

“ Il Design della comunicazione può contribuire a demolire lo scarto di conoscenza (o knowledge gap), creato dai media [...], scarto che ha determinato una sostanziale divisione tra un pubblico colto in grado di processare le informazioni che riceve e un pubblico meno preparato, che subisce o emula acriticamente i modelli culturali, le informazioni, gli stereotipi proposti dai media.¹ ”

In tal senso, Caratti cita Frascara (2006), secondo cui il design della comunicazione ha una responsabilità sociale nei confronti della comunità², poiché «dispone degli strumenti per elaborare una nuova cultura visuale (oltre una retorica per stereotipi), per generare nuovi modelli di discorso non offensivi o discriminatori.³» Uno di questi strumenti consiste nella *media education* «che non solo dovrebbe informare sulle strutture, sui modi operativi e sui contenuti dei media, ma soprattutto, più che insegnare tecniche, dovrebbe contribuire alla formazione della coscienza, suscitando nelle persone il buon gusto e il veritiero giudizio morale.⁴»

Le parole di Caratti e Frascara possono essere facilmente declinate alle modalità di rappresentazione dell'Islam, così come di fenomeni culturali, religiosi o identitari affini (ad esempio, la comunicazione relativa alle minoranze etniche in Italia). Tra gli strumenti utili al design, il visual framing permette l'individuazione di frame o categorie rappresentative che restituiscono una fotografia dello stato della comunicazione di un fenomeno, ponendosi, quindi, come un ottimo sistema per l'interpretazione e l'analisi dello stesso. Il design, tramite il visual framing, diventa uno strumento critico per approcciare un problema: in questo caso, quello della rappresentazione dell'Islam.

¹ CARATTI E., *Progettare tra gli stereotipi. Percorsi di ricerca e artefatti per la comunicazione di genere*, in BAULE G., BUCCHETTI V. (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, FrancoAngeli, Milano, 2012, p. 151. Cit.

² *Ivi*, p. 152. Cit.

³ *Ibidem*. Cit.

⁴ BELLINO F., *Per un'etica della comunicazione*, Bruno Mondadori, Milano, 2010, p. 77. Cit.

5.2 La scelta delle interviste

Al di là del dato analitico, uno dei modi che il progettista ha a disposizione per indagare soluzioni e razionalizzare una metodologia in grado di agevolare la comunicazione e la rappresentazione di fenomeni sociali o culturali, spesso stereotipati e fraintesi, è sicuramente l'approccio dell'intervista. Che cosa pensa, infatti, chi si scontra quotidianamente con la rappresentazione dell'Islam nei media? Quali sono le ricadute sui membri della comunità musulmana? E, soprattutto, alla luce dei risultati esposti nel precedente capitolo, quali soluzioni possono essere adottate?

Secondo *Design Kit*, le interviste sono uno strumento utile per avere un confronto diretto con i destinatari o i

beneficiari di una soluzione progettuale⁵. In particolare, prospettive di valore possono provenire da chi conosce l'argomento di discussione a fondo. Per questa ragione, è stato deciso di illustrare e discutere i risultati dell'analisi di visual framing mediante interviste con studiosi dell'Islam e membri attivi ed informati della comunità musulmana.

Inizialmente, è stata redatta una lista di possibili interlocutori operanti soprattutto nelle aree di Piemonte e Lombardia. I nomi sono stati selezionati in modo da assicurare, per quanto possibile, un'ampia rappresentatività dell'Islam italiano in termini di genere, ruolo, età, conoscenze e rapporto con la religione. Delle 10 persone contattate, sette si sono rivelate interessate all'argomento ma solo con cinque si è proceduti all'intervista vera e propria.



⁵ Interview, *Design Kit*, URL consultato il 29 marzo 2018, designkit.org/methods/2.

Soggetti intervistati, in ordine cronologico:



ANTONIO CUCINIELLO
arabista ed islamologo



NIBRAS ASFA
studentessa e membro dei giovani
della Casa della Cultura
Musulmana di Milano



RANIA IBRAHIM
giornalista e scrittrice



MAHMOUD ASFA
architetto e presidente della Casa
della Cultura Musulmana di Milano



SHERIF EL SEBAIE
esperto di diplomazia culturale
e consulente politico

Soggetti interessati ma non intervistati:



SHADY HAMADI
scrittore



FARID ADLY
giornalista e scrittore

Soggetti che non hanno risposto all'appello:



SUMAYA ABDEL QADER
consigliera comunale
a Milano



KARIMA MOUAL
giornalista



MARYAN ISMAIL
antropologa e politica

Il portale di Design Kit illustra efficacemente i passaggi da seguire per ottenere risultati ottimali, quando si ha a che fare con esperti del settore: è stata scelta la tipologia dell'intervista strutturata, ovvero la traccia delle domande è stata preparata ed inviata agli intervistati precedentemente all'incontro; soggetti con diversi punti di vista sulla questione dell'Islam e della sua rappresentazione sono stati selezionati; le domande sono state preparate in modo da assicurare ampio spazio di

discussione da parte degli intervistati e acquisire insight utili ad una successiva fase di stesura di raccomandazioni; tutte le conversazioni sono state registrate e, in un secondo momento, trascritte ed inviate ai diretti interessati per una definitiva approvazione.

Delle cinque interviste, una si è svolta al telefono, mentre le altre sono state realizzate di persona tra Milano e Torino. Ogni colloquio è durato dai 60 ai 90 minuti.

5.3 Domande delle interviste

Un unico set di domande è stato preparato ed utilizzato per tutte le interviste. Le domande sono state formulate in modo da esporre, in modo sintetico, le modalità e i risultati dell'analisi di visual framing, per chiedere pareri e per estrapolare consigli e buone pratiche. Per praticità, di seguito è riportata la lista delle domande, mentre le interviste in formato integrale sono disponibili nelle pagine a seguire. Domande e risposte sono contraddistinte dal medesimo numero.

#1

L'Islam nei media

Esistono delle problematiche nella rappresentazione dell'Islam nei mezzi di comunicazione italiani?

#2

Tematiche di discussione

L'argomento Islam è stato affrontato, negli ultimi anni, soprattutto da un punto di vista emotivo, più che analitico e culturale? Si è cercato di dare una spiegazione di alcune condizioni dell'Islam (ad es. condizione della donna, utilizzo del velo, luoghi di preghiera, fenomeni migratori, radicalizzazione) attraverso film e libri, invece che con azioni legislative tese a far chiarezza tra i cittadini (criteri per l'edificazione di moschee, legalità o meno del velo integrale in pubblico, etc.)?

#3

Rappresentazione della donna musulmana

Dai risultati dell'analisi di visual framing, emergono due tipi maggiori di rappresentazione delle donne musulmane. Quelle della sezione *cronaca* sono donne musulmane di cui non conosciamo l'identità. Gli scatti fotografici risultano, nella maggior parte dei casi, quasi "rubati". Tutto ciò che sappiamo di loro è che portano il velo islamico. Infine, l'argomento più ricorrente degli articoli consiste nei casi di maltrattamenti in famiglia.

#3a

È possibile che queste immagini possano perpetuare un'idea di donna musulmana a senso unico, senza capacità di parola, sottomesa non solo alla famiglia di appartenenza ma anche all'intera società?

#3b

Quali soluzioni si possono adottare per dare uno spazio diversificato di rappresentazione alle donne musulmane? (ad es. dare loro la parola ed un viso, cercare un confronto su temi di cronaca che si registrano più spesso come quello dei maltrattamenti in famiglia).

#3c

Il velo nel contesto socio-culturale europeo odierno è, di fatto, simbolo di appartenenza religiosa e le donne musulmane sono quasi sempre rappresentate tramite di esso: tale rappresentazione è corretta?

#3d

Un giorno il velo sarà considerato solo una delle caratteristiche della donna che lo indossa, oppure rimarrà elemento che la contraddistingue, prima di tutto, come musulmana?

Nella categoria *cultura, spettacolo e società*, lavoratrici e professioniste musulmane sono le più rappresentate: si tratta di modelle, sportive ma anche donne comuni di religione islamica; i loro nomi sono, spesso, descritti nella didascalia o nell'articolo stesso; posano per la fotocamera o sono ritratte in attività sportive o lavorative. Figurano donne musulmane come Halima Aden e Zahra Lari: si tratta di donne che hanno aiutato a sdoganare alcune pratiche professionali e sportive ritenute inadeguate nel mondo islamico femminile.

#3e

Tramite questi dati, possiamo dire di stare effettivamente assistendo ad un miglioramento dell'immagine della donna musulmana in Italia (inteso come sovversione dell'immagine monolitica)?

#3f

Tale diversificazione dell'immagine sembra legata, comunque, sempre all'aspetto fisico ed esteriore della donna; non per altro, le figure più presenti sono le modelle e non le scrittrici di fede islamica. In che modo si può leggere questo risultato?

#4

Rappresentazione dell'uomo musulmano

Se escludiamo le poche immagini che ritraggono leader spirituali musulmani, quando si parla del genere maschile sembra che gli uomini di fede islamica debbano essere relegati a gruppo senza identità, senza volto, senza storia: sono maschi, sono musulmani e pregano. Più raramente, appaiono intellettuali dichiaratamente musulmani (Mohsin Hamid) o scrittori arabi che hanno scritto dell'Islam (Adonis). A differenza di ciò che succede per le donne, non si registrano molte storie e immagini di uomini musulmani al di fuori del contesto puramente religioso. Carlo Marletti, nel 1994, con il termine di "religiosità telegenica", per indicare come i media evidenzino «a dismisura il carattere religioso della "cultura musulmana"» a causa dello «sguardo occidentale che insiste nel ritenere di trovarsi di fronte ad una eccezione culturale, ad un "homo islamicus" definito solo ed esclusivamente a partire dalla sua religione d'appartenenza (...), al di là e al di sopra di ogni altra appartenenza, sia essa etnica, nazionale, di classe, di genere etc.»⁶

Perché il "modello femminile", emancipatore, non è ancora stato adottato nei confronti degli uomini? Gli uomini musulmani sentono l'esigenza di più spazio di rappresentazione, oltre a quello legato alla sfera religiosa? Vorrebbero apparire come lavoratori, professionisti, padri, prima di islamici?

⁶ BRUNO M., *op. cit.*, p. 154. Cit.

⁷ *Ivi*, p. 155. Cit.

#5

La questione della rappresentanza

Le immagini della categoria *politica* si dividono, sostanzialmente, in due tipi: quelle che mostrano figure della politica italiana, Marco Minniti su tutti, e quelle che raffigurano uomini di fede islamica in preghiera. Solo 4 immagini su 64 riguardano membri conosciuti della comunità musulmana italiana (Piccardo, Elzir, Qader).

Sebbene l'Islam non conosca le gerarchie a cui siamo abituati nel mondo cristiano cattolico, sarebbe utile individuare donne e uomini musulmani di riferimento in Italia? Ciò potrebbe aiutare la comprensione e la conoscenza che gli italiani hanno dell'Islam?

#6

Il Papa e la sfera religiosa dell'individuo

Il 64% delle immagini di persone raccolte nella categoria *religione e dialogo interreligioso* rappresentano Papa Francesco, da solo o insieme ad altri. Le fotografie lo vedono conversare amabilmente con persone comuni, posare insieme a fedeli musulmani, abbracciare il Grande Imam di al-Azhar. Il papa si è chiaramente imposto come portavoce e catalizzatore del dialogo interreligioso, laddove molti esponenti politici continuano a fallire.

#6a

La comunicazione rispettosa ed autorevole che ruota intorno al pontefice può diventare un modello per figure di rappresentanza islamica in Italia?

#6b

In una società sempre più laica, come quella italiana, è corretto identificarsi principalmente con la propria religione o è meglio scoraggiare tale comportamento e guardare alla persona oltre la fede (islamica)? I musulmani vorrebbero essere rappresentati oltre la sfera religiosa?

#7

La questione del terrorismo

In Italia non si sono registrati attentati terroristici attribuiti allo Stato Islamico, eppure l'allerta rimane alta ed i servizi di sicurezza sono costantemente all'opera. Proprio per questo motivo, sono molte le immagini che ritraggono radicalizzati islamisti, perlopiù uomini, militari (o mezzi di sicurezza) e membri dell'ISIS: Islam e terrorismo rappresentano, di fatto, un binomio che si è affermato soprattutto dopo gli attentati dell'11 settembre 2001 e si è rafforzato con l'*escalation* di attentati di matrice islamica perpetrati in nome del sedicente Stato Islamico negli ultimi anni. Nella presente analisi, inoltre, la categoria *terrorismo e sicurezza* è quella che raccoglie il maggior numero di articoli e immagini pubblicati.

#7a

Quale può essere un modo, una contro-narrazione, per fare chiarezza sulla differenza tra musulmani e attacchi terroristici perpetrati in nome dell'Islam?

#7b

È ottimista sulla possibilità di sradicare il sentimento di pericolo e ostilità nei confronti dei musulmani in un futuro non troppo lontano? Ci vorrà molto tempo o le cosiddette seconde e terze generazioni, discendenti degli attuali immigrati, accelereranno l'eclissi del sentimento di islamofobia in Italia?

#8

Politici, moschee e fedeli

Sono diversi anche le storie legate alle vicissitudini intorno all'apertura (o chiusura) di una moschea o un centro culturale islamico. Si tratta di articoli di cronaca infarciti di commenti politici ma, se le dichiarazioni contenute nel corpo del testo provengono da politici, dai sindaci ai ministri, la scelta iconografica appare piuttosto curiosa: gran parte delle immagini rappresenta uomini musulmani in preghiera. Più raramente compaiono degli imam, di solito in compagnia di figure della politica cittadina.

Dare un volto e una storia ai fedeli islamici, sia uomini che donne, potrebbe avere un effetto più positivo sull'opinione pubblica italiana e giovare, quindi, alla causa degli spazi di culto?

#9

Musulmani protagonisti

Ci sono azioni o atteggiamenti che la comunità musulmana in Italia dovrebbe far propri per superare il problema della rappresentazione negativa nei media (ad es. la nascita del think tank Ihsan)?

Intervista a

ANTONIO CUCINIELLO

Milano, 13 marzo 2018

Antonio Cuciniello, arabista ed islamologo, possiede una laurea in Studi comparatistici conseguita presso l'Università degli Studi di Napoli "L'Orientale", nonché il Diploma in Studi arabi e la Licenza di Studi arabi e islamici presso il PISAI di Roma. Inoltre, ha conseguito il dottorato in Studi Umanistici, tradizione e contemporaneità presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano. Tra il 2003 e il 2005 ha insegnato Lingua e cultura italiana all'Istituto salesiano Don Bosco del Cairo. Dal 2005, collabora con la Fondazione ISMU di Milano in qualità di referente dello Sportello di consulenza Arab-informa e all'interno del settore Educazione.

#1

Sì, ma prima di rispondere alla domanda **voglio far notare come in Italia ci sia un'assenza di educazione all'immagine, nonostante viviamo in un'epoca dominata dalla rappresentazione visiva** (vedi i social network). Si tratta di un quadro generale in cui si va a collocare anche la questione dell'Islam.

Penso che la rappresentazione di tale religione sia stereotipata e che dia l'idea di un Islam monolitico, e non costituito da tante realtà più piccole. Attraverso le immagini dei media, l'Islam è ancora percepito come un fenomeno legato all'immigrazione; se questo era vero fino a qualche anno fa, con le "prime generazioni" di migranti, oggi le cose sono cambiate. In Italia si registra

la presenza di circa 8-900.000 ragazzi e ragazze di origine straniera. Inevitabilmente, parte di essi sono musulmani. Questi numeri sono importanti perché delineano la presenza di un Islam italiano che, però, fa fatica a costituirsi o radicarsi sul territorio italiano.

Nel mondo si stimano circa 1.600.000.000 di musulmani e, di questi, solo il 20% è presente nei paesi arabi. La maggior parte, infatti, vive in nazioni come l'Indonesia, il Pakistan, il Bangladesh o la Nigeria. In Italia sono rappresentate circa 200 nazionalità e questo fa sì che, nel nostro paese, l'Islam sia totalmente rappresentato. Vero è che le comunità più grandi sono quella marocchina e quella albanese, ma tale pluralismo, già connaturato

nell'Islam, il più delle volte non emerge dalla rappresentazione mediatica italiana.

#2

Si tratta di una questione molto complessa. Io credo che l'onda emotiva sia più forte: il giornalismo tende a soffermarsi su fatti di cronaca (donne musulmane maltrattate o uccise perché troppo "occidentalizzate", etc.) senza approfondire la questione femminile tout court. Il più delle volte, la trattazione di certi argomenti ha come fondamento essenziale un'immagine stereotipata. Tali fatti di cronaca, pur rappresentando la minoranza delle storie dell'Islam italiano, prendono il sopravvento perché è nel pensiero comune che la donna musulmana (senza differenze tra donne egiziane, pachistane, marocchine, etc.) venga maltrattata.

Nei contesti in cui la presenza musulmana è più forte, come Lombardia e Veneto, sono nate leggi ad hoc ribattezzate come leggi "anti-moschea" perché promuovono restrizioni che, di fatto, vanno contro il valore della libertà di culto sancita dalla Costituzione italiana. Sono leggi che bloccano la costruzione di luoghi religiosi degni di questo nome, e non di garage o fabbriche dismesse.

Mi piacerebbe, invece, che si parlasse di più di seconde generazioni, di *Ius soli* e *Ius sanguinis* e dei circa 900.000 ragazzi stranieri che devono attendere il diciottesimo anno di età per poter richiedere la cittadinanza italiana.

#3a

Sì, penso che questo dipenda da un'immagine di base stereotipata ed univoca della donna musulmana. Si pensa che il velo sia un simbolo di sottomissione; in realtà, **se si indaga l'Islam delle seconde generazioni** (un riferimento è il blog di *Yalla Italia*) **è possibile comprendere come il velo, soprattutto tra le giovani donne, sia un percorso e una scelta.** Il sociologo Stefano Allievi, che dell'argomento si è molto occupato, sostiene che, da un punto di vista sociologico, il velo in Europa assume mille sfaccettature diverse e, spesso, la scelta di indossarlo è di carattere identitario, più che religioso. Una donna che nel paese di origine non era velata, può decidere di indossare il velo una volta arrivata in Occidente: lo shock culturale di una nuova vita può portare gli individui ad aggrapparsi alle poche certezze che si hanno e, tra queste, vi è anche l'aspetto religioso.

Sui giornali, però, io non trovo analisi di questo genere, che contestualizzano e problematizzano la questione del velo. Secondo l'informazione italiana, dietro il velo islamico c'è sicuramente una donna maltrattata. Non nego situazioni di maltrattamento, che pur esistono, ma finché tratteremo la questione Islam solo in termini culturali non risolveremo nulla. Non c'è una musulmana (o una cristiana) segregata o maltrattata: c'è prima di tutto una donna maltrattata. Secondo questa immagine monolitica, il velo è il livello massimo di sopraffazione.

#3b

Vero è che la grande maggioranza dei giornali è politicizzata e segue determinati trend dettati dai partiti politici,

però **se fossi in alcuni giornalisti darei spazio ad un approccio biografico: facciamo parlare queste donne, mettiamole in grado di raccontarsi, diamo loro un viso.** In trasmissioni televisive molto seguite (come *Porta a Porta* o *Quinta Colonna*), quando rappresentanti donne della comunità musulmana vengono invitate ed intervistate le si mette sempre davanti a situazioni tali che non permettono loro di raccontarsi: le si mette sulla difensiva, come se dovessero ribadire di essere delle "buone" musulmane e di non fare parte del gruppo dei cattivi.

#3c

Innanzitutto, come già sostenuto, dietro il velo c'è un'appartenenza identitaria e non solo religiosa. E l'identità riguarda l'Islam come fatto culturale (e non solo religioso). Rispondo a questa domanda tramite le parole di una ragazza di origine egiziana, musulmana, non velata e specializzanda in Medicina che, nel corso di un'intervista di alcuni anni fa, alla domanda sul perché non portasse il velo risponde che lei è e si sente musulmana anche senza di esso: un medico deve essere aperto a tutti, alle diversità, e non agisce perché appartenente ad una religione. Un medico è senza frontiere e senza veli. Quindi non è l'assenza del velo islamico che mi permette di essere più o meno musulmana di chi lo porta.

#3d

Allievi afferma che magari il velo è importante per le mamme, ma che per le figlie (o le nipoti) non sarà più un elemento da mettere in rilievo. Detto questo, è giusto tenere in conto di chi parliamo. Agli incontri del GMI (Giovani Musulmani d'Italia), la stragrande

maggioranza delle ragazze sono velate, poiché in questi luoghi si educa ad un Islam in cui il velo è un simbolo importante e si deve indossare.

#3e

Io non vorrei che si passasse da un estremo all'altro, da una donna con niqab (e quindi maltrattata) ad una donna musulmana e modella (che, quindi, da certe pratiche ha preso le distanze). Quanto le loro rappresentazioni ci dicono del loro vissuto religioso? E di quello professionale? Ma soprattutto, qual è l'immagine del resto delle donne, quelle che stanno nel mezzo?

#3f

Questo è un fatto culturale, soprattutto radicato in Occidente. Dire donna significa corpo, sfera sessuale, etc. Questo tipo di lettura, questa presenza così invasiva dell'aspetto del corpo nel modo di leggere la realtà femminile, è un metro di valutazione, una lente attraverso cui noi occidentali andiamo a leggere le culture altre.

#4

Penso che tutto ciò sia una diretta conseguenza di come sono visti uomini e donne in genere (e di una continua lotta femminile per più visibilità). Nella sfera cristiana, la donna non ha nessun potere nella gerarchia... si parla mai di suore? Hanno un potere? **Nell'Islam non esiste gerarchia, ma la rappresentatività è prettamente maschile. Se la donna è legata al ruolo di mamma o di professionista, l'uomo è legato all'aspetto istituzionale dell'Islam in Italia.** Inoltre, mi interessa sapere se un imprenditore è musulmano? A me, in realtà, non interessa della sua

sfera religiosa e non vorrei che venisse descritto come una voce fuori dal coro (dove il coro è rappresentato dal musulmano poco istruito o capace). Piuttosto, sono più interessanti i casi in cui si privilegia l'aspetto del dialogo interreligioso, come quello di Mohamed Hamadi, siriano e musulmano trapiantato a Milano da molti anni che guida i turisti alla scoperta delle chiese cristiane della città. Questo è un caso in cui l'appartenenza religiosa di una persona è un fatto di rilievo nella notizia.

#5

Giusto, l'Islam non conosce gerarchie ma un compromesso è già in atto.

Negli ultimi documenti tesi a sancire il rapporto tra Stato italiano e Islam, come il *Patto nazionale per un Islam italiano* (che, peraltro, è il risultato di un lungo processo che passa per Maroni ed Alfano, prima ancora di Minniti), si tratta molto della figura dell'imam. Sebbene sia un ruolo non istituzionale nell'Islam, oggi in Italia lo sta diventando. È vero, si snatura la non-struttura della religione islamica, ma **ci troviamo in un contesto politico (l'Italia) caratterizzato da controparti istituzionalizzate e che necessita di figure di riferimento, come quella dell'imam.**

Il governo ha bisogno di interlocutori, ma questi interlocutori non potranno rappresentare al 100% tutte le comunità: se parli con alcuni (come l'UCOII di Izzeddin Elzir) non parlerai con altri.

#6a

La questione è chi rappresenta chi? Se il Papa rappresenta i cristiani da un punto di vista istituzionale (ma non nella reale totalità), ciò non avviene

con l'Islam. Ad esempio, chi ha molto spazio presso i media italiani sono i membri della COREIS, ma la COREIS non rappresenta tutti i musulmani in Italia.

#6b

Rispondo da cristiano cattolico e praticante. Io penso che in una democrazia la laicità sia un valore importantissimo (e non parliamo della *laïcité* alla francese), a cui nessuno può rinunciare. Perché la laicità mette tutti i cittadini sullo stesso piano. Quando c'è una religione di stato, come in Iran o in Arabia Saudita, cosa succede a chi non appartiene alla fede maggiore? Credo che, a questo punto, sia importante capire come si stanno muovendo i paesi a maggioranza musulmana in termini di pluralismo ed abbraccio delle diversità. È il caso del Marocco, in cui nel giro di pochi anni leader religiosi hanno firmato documenti importanti rispetto alle minoranze ed al pluralismo religioso. Ma di tutto questo, c'è poco o niente nella stampa italiana. È cosa buona potersi mostrare in pubblico con il velo islamico, il crocifisso o la kippah. Questi elementi, però, possono pregiudicare la mia posizione in, ad esempio, un incontro di lavoro? Nel film documentario *Napolislam*, nel 2015, vi è la testimonianza di una ragazza convertita musulmana che, pur di essere considerata per un ruolo di animatrice turistica, si presenta al colloquio senza il velo. Ma se ci sono donne velate che partecipano alle Olimpiadi, perché io non posso fare l'animatrice turistica con il velo?

#7a

Come detto in precedenza, si può fare adottando un approccio alle storie di vita (approccio biografico) che valorizzi anche la persona in sé, con le sue specificità, anche al di là di una (più o meno) aperta dichiarazione di appartenenza alla religione... di fatto un velo (come un crocifisso) già ci può dire di questa appartenenza sempre che non diventi poi un boomerang (ad es. per un colloquio di lavoro).

#7b

Penso in generale che "il tempo sia un galantuomo", ma molto dipende anche da come andranno avanti le questioni legate al terrorismo internazionale (che inevitabilmente segnano la visione generale degli "autoctoni" sui musulmani) e quanto e come la "diversità" (come categoria antropologica e sociologica) è/verrà declinata soprattutto nel settore educativo. Rimane il fatto che da diverse ricerche emerge che non sempre con il passare del tempo (2°, 3°, ... generazione) le cose possano cambiare, anzi! (vedi la questione *Banlieu* in Francia).

#8

Assolutamente sì! (vedi sopra).

#9

Da parte "nostra" dovremmo metterli sempre di più in condizione di potersi raccontare e non stare sempre sulla difensiva (ad es. "Not in my name"), di sentirsi cittadini e non ospiti (questione cittadinanza, moschea, etc.); da parte "loro" dovrebbero unire le forze (e le professionalità) per far capire anche con i fatti e non solo con atteggiamenti difensivi che non sono (futuri) cittadini di seconda categoria.

Intervista a

NIBRAS ASFA

Milano, 15 marzo 2018

Nibras Asfa, 24 anni, nata in Italia da una famiglia di origini palestinesi, studia Giurisprudenza presso l'Università degli Studi di Milano. Fa parte dei giovani della Casa della Cultura Musulmana, dove è cresciuta e ha maturato la sua identità spirituale.

#1

Si. Prima di tutto, c'è un problema dal punto di vista terminologico. Ci sono tanti termini errati od utilizzati impropriamente: ad esempio le parole "islamico", "islamista" e "musulmano". Una persona può essere musulmana, mentre "islamico/a" è un aggettivo attribuito ad una cosa ed, ancora, "islamista" ha un'accezione politica. Quando vengo descritta come "islamica" non stanno dando una corretta definizione di me. Sono errori dell'utilizzo della lingua italiana e non dell'Islam.

Oltre a questo, nella rappresentazione visiva ci sono degli stereotipi. La donna musulmana, per esempio, è sempre rappresentata con il velo anche quando ci sono delle musulmane, soprattutto ragazze di seconda generazione, che non lo portano. La donna musulmana è spesso rappresentata come madre, con il passeggino, con tante borse, di fretta, che va al mercato: si costruisce, cioè, un'idea di donna "casalinga". Mentre l'uomo musulmano è visto come il padre "che impone", che bada che le regole in famiglia vengano rispettate, e c'è sempre separazione (o

distanza) tra i due generi. Sembra che uomini e donne non abbiano contatti o che non si debbano parlare, e che la donna appartenga solo alla famiglia. Questi stereotipi vengono perpetuati attraverso i giornali o i servizi televisivi ed è un problema perché, così, non si ha una panoramica a 360° della realtà dell'Islam. **Le immagini proposte dai media rimangono impresse nella mente delle persone che, quindi, si dimenticano della quotidianità di ogni individuo, anche musulmano.**

Ad esempio, nel Regno Unito è possibile vedere, sia in foto che dal vero, donne poliziotte musulmane e velate. In Italia questo non è possibile. Nel nostro Paese c'è un'insistenza, da parte dei media, di mostrare un certo tipo di società islamica. Sembra che i musulmani si stiano creando delle società all'interno della più ampia società italiana e questo non è assolutamente vero. Io sono una ragazza, porto il velo e conduco una vita quotidiana come qualsiasi altra ragazza italiana: esco con gli amici, sono fidanzata, ho una vita normale. Però, **ho anche un lato spirituale dentro di me, ed è proprio**



questo che i media fanno diventare apparenza.

Il problema sta nel categorizzare l'essere umano.

#2

La figura del musulmano è cambiata a partire dall'11 settembre, data simbolo della "scoperta" del mondo islamico, del velo delle donne, etc. Nel 2001 io ero una bambina, ma mia madre era una ragazza che portava il velo e conduceva una vita normale ma, dall'11 settembre in poi, ha visto tanti cambiamenti ed io stessa sono cresciuta vivendo tali trasformazioni. Così, negli ultimi anni e complici gli attentati terroristici di matrice islamista, negli aeroporti le donne con il velo vengono controllate di più, ti possono chiedere di togliere il velo davanti a tutti (anche se esiste una stanza apposita in cui compiere tale operazione in privato). È un atteggiamento che mai sarebbe richiesto ad una suora, che è coperta tanto quanto me.

Alcuni fatti determinano reazioni, anche politiche, che intimoriscono le persone. Per i musulmani, il fatto in questione è proprio l'11 settembre. Di conseguenza, la rappresentazione che è stata fatta dei musulmani è fortemente emotiva: i musulmani sono tutti estremisti, addirittura tutti "talebani", le donne sono tutte sottomesse. Anche a mia mamma è stato addirittura chiesto se fosse una talebana.

Sicuramente l'Islam non è trattato da un punto di vista analitico, accademico. In realtà ci sono le informazioni corrette (vedi il diritto islamico), ma bisogna

trovarle. Nei libri di storia della scuola elementare in Italia la *jihad* è definita come *guerra santa*. Invece io, studentessa di legge che studio su testi di autori italiani, leggo che *jihad* significa *sforzo*, che è il termine corretto. Ma perché queste corrette informazioni si trovano solo sui testi accademici e non su quelli scolastici che, di fatto, costruiscono le basi della conoscenza per i bambini italiani? Peraltro, il concetto di *jihad* non è sicuramente il più importante nello studio dell'Islam. Ci sono le informazioni corrette, ma sembra che si stia facendo una campagna mediatica contro l'Islam.

Trattare l'argomento in modo emotivo è più facile, è più immediato, si raggiunge più facilmente un obiettivo.

Penso anche che chi tratta l'argomento Islam in Italia lo conosca bene (tranne alcuni giornalisti che ne scrivono pur non conoscendo a fondo la religione islamica): chi sta a capo delle redazioni non è ignorante e, anzi, vuole trasmettere un certo messaggio, una certa idea.

#3a

Come detto in precedenza, i media rappresentano la donna musulmana come madre, casalinga, sottomessa, che ha un intelletto limitato. Sembra che la donna in questione si accontenti di poco, per vivere in questo modo, e che non sia ambiziosa. In realtà, **la donna musulmana conduce una vita totalmente diversa da quella che si vede nelle immagini.** Inoltre, l'Islam è una religione che non riguarda solo il Maghreb o il Medio Oriente, e persino tra i paesi arabi intercorrono grandi differenze. È vero, vi è una lingua

comune, l'arabo, ma ci sono anche moltissimi dialetti. Le abitudini di una donna marocchina sono diverse da quelle di una donna egiziana e, ancor di più, da quelle di una donna libanese. E, così, anche gli approcci alla religione sono diversi. Paradossalmente, le popolazioni delle aree in cui è nato l'ISIS non sono mai state così attaccate alla religione, quindi è più facile che tale fenomeno sia sorto a causa di una disconoscenza dell'Islam, più che di un integralismo.

A livello mediatico, in Italia, una donna marocchina ha più spazio di, ad esempio, una libanese, perché corrisponde a quei criteri di rappresentazione standard a cui gli italiani sono abituati: se la donna è musulmana, allora dovrà rispondere ad una serie di caratteristiche essenziali (vedi il velo), anche se nella realtà così non è.

#3b

Io credo che sia importante capire quali opportunità vengono offerte, dalla società, alla donna musulmana. Il problema è che le donne musulmane, pur conducendo una vita normale e lavorativa, non sono pienamente inserite nel tessuto sociale come dovrebbero. In Italia è persino difficile vedere una casiera con il velo. Le donne musulmane non hanno le opportunità di rappresentarsi in maniera diversa. La società impone molti ostacoli, soprattutto in ambito lavorativo: molte ragazze vengono scartate perché indossano il velo. È successo anche a me, durante un colloquio per lavorare ad Expo Milano 2015: quelli che sarebbero dovuti essere i miei futuri datori di lavoro davano per scontato che avrei tolto il velo durante le ore di lavoro. È una discrimi-

nazione che, comunque, riguarda tutte le donne: in lavori a contatto con il pubblico si preferiscono sempre ragazze di bella presenza, per esempio, e non si valorizzano il merito o le capacità intellettuali delle stesse. Figuriamoci la donna musulmana, che può portare il velo o che ha un cognome diverso. Ci sono degli ostacoli che fanno sì che le donne musulmane non siano percepite come parte di questa società.

#3c

Non è facile rispondere, in quanto non ci sono differenze. Io, che porto il velo, forse mi sentirei più rappresentata da un'altra donna con il velo. Inoltre, la scelta di portare il velo nelle società occidentali dev'essere ponderata: **la donna musulmana, anche senza volerlo, è come se fosse una bandiera ed ha una grossa responsabilità nei confronti della società.** Se io avessi scelto di non portare il velo, probabilmente, non mi sarei fatta portavoce della mia comunità. Quando io ho scelto di indossarlo mi sono assunta questa responsabilità, sapendo che da quel momento agli occhi della gente sarei diventata "una musulmana", senza che io lo dica perché è, ovviamente, ben visibile. **Indossare il velo significa essere portatrice di ideali e di valori che molte persone non conoscono e che sarai tenuta ad affrontare.**

#3d

Secondo me rimarrà come elemento che la contraddistingue, anche in futuro. Le donne di altre religioni hanno smesso da tempo di coprirsi il capo, lo fanno solo più le donne musulmane.

#3e

Crazie a internet ed ai social network la donna musulmana ha trovato un più ampio spazio di rappresentazione.

Sulla rete non ci sono dogmi da seguire: una donna col velo può essere, ad esempio, una fashion blogger. Questo fenomeno, però, non è ancora molto forte in Italia ma, invece, è più comune in paesi come gli Stati Uniti, il Canada, il Regno Unito. Questo è positivo perché si sta distruggendo l'immagine monolitica della donna musulmana, soprattutto tra i giovani che rappresentano il principale pubblico del web. Così, emergono donne musulmane che amano la moda, amano vestirsi o truccarsi, possono diventare icone di stile, mostrano la loro vita quotidiana. E sono donne che stanno mostrando al mondo la quotidianità del mondo islamico, anche senza rendersene conto. Ma il velo è accettabile in un ambito piuttosto che un altro? **Io penso che il velo non sia un ostacolo, in nessun caso.** Halima Aden, la modella somala con il hijab, ha dato un nuovo volto alla moda: ha fatto capire al mondo che anche le donne musulmane amano vestirsi e che, sebbene l'utilizzo del velo in contesti differenti sia un fenomeno nuovo, questo diventerà normalità. Perché queste figure sono seguite da ragazze molto giovani, adolescenti, che fra qualche anno saranno delle donne con idee diverse da quelle che hanno i loro genitori, ad esempio.

#3f

È più facile distruggere l'immagine della donna musulmana madre o casalinga attraverso l'aspetto fisico, perché è una rappresentazione più immediata. Donne scrittrici o avvocatessse non fanno notizia quanto le modelle. A

volte è la donna stessa che sceglie di mostrare il lato fisico di sé, e non quello intellettuale, perché è il modo più semplice per affermarsi come donna "emancipata".

#4

L'uomo musulmano, in generale, ha più spazio di rappresentazione della donna. Senza dubbio, però, anche sugli uomini musulmani si sono creati degli stereotipi. L'uomo, oltre ad essere il fedele in moschea, è un lavoratore, ha interessi politici, ha amici, si svaga. Nuovamente, ci si dimentica della quotidianità delle persone, soprattutto di seconda generazione. Mio padre è venuto in Italia per studiare. Mio fratello è uno studente fuori sede. L'unica condizione che li differenzia dagli altri è la fede.

Comunque, non mi interesserebbe sapere se l'imprenditore di turno presentato dai giornali è musulmano oppure no. Non è giusto categorizzare. La religione è un aspetto intimo e spirituale di un individuo.

#5

La persona di riferimento deve avere una certa esperienza e deve conoscere il contesto sociale in cui si trova, così come i problemi che i musulmani possono dover affrontare in un paese occidentale. Non da meno, deve conoscere la religione e la sua interpretazione deve essere adattata al contesto storico-sociale.

#6a

Nell'Islam, come sappiamo, non ci può essere la gerarchia che sussiste in quella cristiana. I motivi sono anche di tipo politico. Un'eventuale figura religiosa autorevole sarebbe probabilmente legata ad un paese di origine (ad esempio il Marocco o l'Egitto) e dovrebbe sottostare alla politica della nazione stessa e, proprio per questo, è meglio che non ci sia. In più, la comunità musulmana in Italia è molto frammentata. Forse sarebbe meglio che tale figura venisse scelta dallo Stato italiano direttamente.

#6b

Per fortuna, il concetto italiano di laicità è diverso da quello francese (in cui la *laïcité* diventa religione di stato). In Italia, la laicità significa trattare egualmente le religioni. È una laicità che permette di manifestare la propria religione. In una società sempre più laica, la religione dev'essere in secondo piano. Io, infatti, mi presento come Nibras Asfa e con una professione e non come "musulmana". **La laicità tutela e garantisce lo sviluppo della mia religione.**

#7a

Prima di tutto **la campagna mediatica contro l'Islam deve cessare: è una campagna che è fondata su nozioni e concetti falsi della religione. In secondo luogo, le informazioni e i riferimenti sull'Islam devono essere corretti.** I primi responsabili di tanta confusione sono i media (dalla stampa alla televisione): giornalisti e conduttori televisivi devono cercare e proporre i dati giusti. Non si possono inculcare nel pubblico certe nozioni

molto profonde della religione islamica, banalizzandole (come la questione della jihad). Alcuni termini devono essere aboliti e bisogna fare chiarezza dal punto di vista linguistico (vedi islamico, islamista, islamofobo, etc.). Soprattutto, gli interlocutori devono essere validi: chiedere ad un qualunque musulmano (che, magari, poco sa dei veri precetti della religione) cosa pensa del ruolo della donna nell'Islam non è una soluzione adatta. Le informazioni corrette ci sono, bisogna farle emergere.

#7b

Sono assolutamente ottimista. **I ragazzi di seconda e terza generazione sono italiani al 100%.** Io mi sento pienamente integrata, ma addirittura mia sorella, più giovane di me di 10 anni, è già diversa. Lei è davvero simile ai suoi coetanei, in fatto di tendenze, comportamenti, passione per i social network: **ciò che cambia è solo la fede.** Molti di questi ragazzi non parlano nemmeno la lingua d'origine, ma solo l'italiano.

Tale cambiamento si manifesterà perché questi ragazzi musulmani sono italiani. Spero che questo timore ci abbandonerà perché prima o poi le persone si renderanno conto che ciò che i giornali dicono non rispecchia sempre la realtà di tutti i giorni.

#8

Certo. Ad esempio, qui a Milano ci sono sinagoghe o chiese evangeliche. Solo i musulmani non hanno un vero luogo di culto. Secondo me, integrare luoghi di culto islamici nella città e, quindi, darle un nuovo volto cambierebbe anche la percezione dei cittadini

nei riguardi della comunità musulmana. Significa anche dare un'identità ai musulmani, uno spazio per affermarsi e per svolgere le proprie attività secondo i canoni della legge. I cittadini, a questo punto, possono chiedersi (e scoprire) cosa succede in una vera moschea. Cosa che non avviene passando davanti ad uno scantinato o ad un garage quando, piuttosto, ci si chiede cos'è che fanno i musulmani nascosti là dentro.

#9

Sì, sicuramente. I musulmani arrivano da paesi molto diversi e si ritrovano a contatto con una società (italiana) molto diversa da quella di origine. Ci sono delle problematiche che vanno inevitabilmente affrontate ed è compito della stessa comunità musulmana guidare queste persone per farle interagire con la società. È importante aiutare i nuovi arrivati con le tematiche o le problematiche con cui si scontreranno. Un esempio è l'educazione dei figli: se nel tuo paese d'origine puoi formare i tuoi figli come più preferisci, nel paese di arrivo probabilmente servono dei metodi più consoni al nuovo contesto. È dovere della comunità musulmana di formare gruppi idonei a guidare i nuovi arrivati e farli vivere nella società il più serenamente possibile.

Intervista a

RANIA IBRAHIM

Milano, 16 marzo 2018

Rania Ibrahim, classe 1976, è nata in Egitto e si è trasferita con la famiglia in Italia all'età di 2 anni. Laureata in Scienze Politiche e con un master in Marketing e Relazioni Pubbliche, Rania è giornalista, scrittrice e mamma di quattro figli. Si occupa prevalentemente di tematiche legate al mondo arabo-musulmano e alle seconde generazioni in Italia. Nel 2017 ha pubblicato il suo primo romanzo, *Islam in Love*.

#1

Sì, ne esistono parecchie. A parte la grandissima disinformazione a livello strutturale, non ci sono interlocutori ufficiali (il che è anche un limite della nostra comunità, che non si è riuscita ad organizzare in modo democratico). Ci sono varie voci parlanti, io le chiamo rappresentanti parlanti, ma ciò non significa che si tratti di un Islam ufficiale: sono, al più, individui che rappresentano sé stessi o le varie associazioni di cui fanno parte o che hanno creato.

Ci sono molte cause, da quella politica a quella sociale. Oggi noi musulmani in Italia siamo tanti e siamo, quindi, più evidenti. La rappresentazione media, sia su internet che in televisione, è assolutamente distorta. Intanto, perché se ne parla spesso sotto forma di cronaca nera. **Sono poche le trasmissioni che offrono conoscenza, informazioni sostanziali e dialogo. Mentre più frequenti sono quei casi di dibattiti in cui vengono invitate persone non**

qualificate a parlare per la comunità, ma che vengono scelte per il solo fatto di indossare il velo islamico o perché si sono proclamate imam. Si tratta, soprattutto, di quei programmi televisivi pomeridiani o di *prime time* della televisione generalista in cui il capro espiatorio (musulmano) di turno riceve commenti carichi di odio. Io sono stata invitata tantissime volte in questo genere di trasmissioni, ma non ho mai accettato perché non avrei modo di dare nulla al pubblico: pubblico che, tra l'altro, è costituito dalla "massa" che inveisce contro la donna velata o l'uomo musulmano.

Questo succede perché **sono quasi 20 anni, dall'11 settembre 2001, che l'Islam è diventato qualcosa di esclusivamente negativo.** Quando ho scelto di intitolare il mio libro *Islam in Love* (2017), l'ho fatto perché stanca dell'associazione ventennale dell'Islam con l'odio o con il terrorismo. Anche la politica ha scelto la paura come argo-



mentazione e alcuni esponenti politici ne hanno fatto bandiera per le loro campagne elettorali. Abbiamo assistito ad una grande strumentalizzazione, non solo in Italia ma anche in Europa (vedi la presenza di partiti di estrema destra).

#2

Assolutamente sì. **L'informazione che si comunica è molto semplice, veloce, poco analitica, e questo è frutto dei media di oggi.** Si è poco propensi a creare massa critica, ma intelligente, perché si può essere critici ma con intelligenza. **Quel che vedi non ti fa venire voglia di guardare un documentario, di leggere un libro o di chiedere al vicino di casa musulmano qualche informazione in più; piuttosto, ti spinge a chiuderti in casa e non aprire a nessuno.** Sono i risultati ottenuti da chi ha voluto cavalcare l'onda della paura.

Varie volte in cui sono stata invitata in televisione, Mediaset o Rai, mi è stato chiesto: «ma tu porti il velo?» ed alla mia risposta negativa rilanciavano:

«ma hai qualcuno in famiglia che lo porta?» A quel punto rispondevo: «Sì, mia madre ma...» Pertanto proponevano: «perché non porti tua mamma, o un po' di tue amiche velate, così magari le mettiamo dietro di te... perché sennò il "messaggio" non passa.» Io trovavo questa richiesta una grandissima offesa, perché per me il velo non è l'Islam. Ultimamente, il contenuto dei media è vuoto: hanno bisogno dello stereotipo da mostrare a tutti. Di conseguenza, **l'Islam è l'Islam velato, l'Islam è l'Islam della barba: è un vero e proprio circo mediatico di cui non voglio far parte.**

#3a

Assolutamente sì.

#3b

Dovrebbe cambiare l'educazione a fare notizia. Da giornalista posso dire che, spesso, è colpa della pigrizia o dei tempi del giornalismo se assistiamo a questa semplificazione. Purtroppo, anche quando io stessa sono stata intervistata su tematiche legate all'Islam, le mie parole sono state associate ad

immagini di, ad esempio, donne con il velo come se quella fosse l'unica rappresentazione della donna musulmana.

Mi piacerebbe che ci fosse una forma di educazione per i giornalisti nei confronti dell'Islam e delle altre comunità minori. L'Islam va analizzato e diversificato. Capisco che il velo è una forma di semplificazione: il velo "buca" lo schermo. Se io vado a presentare il mio libro, e non sono velata, devo spiegare al pubblico che sono musulmana; se, invece, mi presento nella stessa sala da velata, non ho bisogno di presentarmi perché il velo è il mio biglietto da visita. È più semplice avere un velo in studio, invece che Rania che deve spiegare che nell'Islam ci possono essere sia donne velate che non e che è una questione di scelta.

Sinceramente, sono un po' pessimista sulla questione perché, finora, ho trovato molti ostacoli.

#3c

Personalmente, trovo che una donna con il velo possa rappresentarmi. Per me, il velo non è nemmeno un simbolo della religione: nell'Islam si parla di modestia, ma per me la modestia è altro e non un fazzoletto in testa. Ciò che noto, però, è che si sta assistendo ad una battaglia sociale per dare la possibilità alle donne di indossarlo (io stessa sono scesa in piazza, diverse volte, per questo diritto), ma raramente ho trovato donne velate che si battono per quelle altre che, invece, non lo vogliono mettere.

Comunque, rappresentare una donna musulmana sempre con il velo non è corretto: il velo è irrilevante. Ci tengo

a sottolinearlo. **La donna musulmana non va rappresentata SOLO quando indossa il velo.** È importante questo passaggio. La donna è donna e i suoi successi vanno esaltati sia che indossi il velo o che non lo indossi o se va in giro tutta tatuata o nuda. Contano le azioni.

Certo, se parliamo dell'Italia è normale che molte donne musulmane portino il velo ma è importante conoscere anche i flussi migratori che le hanno portate qui. La migrazione degli ultimi 20 anni ha riguardato le aree rurali di paesi come Marocco, Tunisia, Egitto, etc. Si parla di Paesi che hanno avuto un trentennio di fondamentalismo con diversi partiti religiosi che, sicuramente, hanno lasciato traccia nella popolazione. Queste persone sono cresciute in contesti in cui la religione ha assunto connotazioni politiche ed identitarie. Per me, nata nel 1976, o i miei genitori, emigrati in Italia nel '71, è stato diverso perché la religione non aveva tutto questo spazio nella società, mentre oggi la religione viene quasi prima della legge. Tutte le persone che sono emigrate in Italia fino agli anni '80 venivano soprattutto dalle grandi città come Il Cairo, Alessandria d'Egitto o Rabat; oggi, invece, vengono soprattutto dai villaggi e, magari, non hanno mai visto la città del Cairo: sono passate da un villaggio a Milano, con il loro bagaglio culturale ed i conseguenti limiti. È per questo che oggi non c'è integrazione.

#3d

Non lo so, dipenderà dalle battaglie che se ne faranno. **Io vorrei che uscissimo un po' dalla "questione velo" su cui si è arroccato tutto l'Occidente e, oggi, anche i paesi arabi** (ma non solo, visto

che in Indonesia, il paese a maggioranza musulmana più grande, le donne sono tutte velate). È come se l'Islam fosse stato estremizzato attraverso i simboli, come se mettendomi il velo sono più musulmana di altre.

#3e

Conosco pochi casi in Italia di donne di successo, ma negli Stati Uniti, ad esempio, è stata creata la *Barbie* con il velo su modello della schermitrice Ibtihaj Muhammad. Però rimaniamo sembra nell'ambito del velo, cioè se porti il velo sei più facile da rappresentare. Ci sono tante donne musulmane senza velo che fanno cose altrettanto interessanti.

In Italia ci sono diverse stiliste che si occupano di abbigliamento per donne velate. A Bologna sta aprendo una casa di moda apposita. Si tratta di una condizione ben integrata nel tessuto sociale italiano. Ed è una questione di domanda ed offerta.

Non so se l'immagine stia davvero migliorando, ma parlare dell'Islam in chiave positiva è giusto. Dare spazio a donne musulmane e velate di successo è sicuramente positivo, sennò parleremmo sempre e solo di ragazze che vengono rasate a zero per punizione, di padri che uccidono figlie, di mariti che frustano le mogli perché non vogliono velarsi e di tutti questi casi di cronaca nera.

#3f

Io credo che ai media interessi solo il simbolo. Spesso non interessa la voce parlante, ma solo il velo. Questo mi fa arrabbiare moltissimo, perché al di là del velo c'è una testa pensante e mi

piacerebbe sapere quali sono le idee di quella persona, cosa mi può dare di più, come mi può arricchire. Ma ritorniamo alla mia esperienza con la televisione: chiedermi di partecipare ad un programma portando mia mamma perché quel che dico può avere valore solo se dietro c'è un velo è grave. È un problema grave che riguarda il rispetto della donna in generale. Tu puoi essere donna, parli, sai esprimerti, però se non porti il velo non ti diamo spazio. Mentre se hai il velo hai la priorità, anche se le tue argomentazioni non sono valide.

La mia battaglia è far capire che prima di essere musulmani siamo esseri umani, delle teste pensanti. Non avrei neanche problemi a mettermi il velo, come mi è stato già suggerito, per far veicolare meglio il messaggio. Ogni tanto indosso un turbante, magari durante una festa, ma lo vedo come qualcosa di tradizionale e non come religioso. Per me è solo abbigliamento.

#4

Non interessa fare questo tipo di informazione. È un semplificare ai minimi termini, senza rispetto per il lettore o di chi sta guardando una trasmissione. Ci si fossilizza attraverso queste poche immagini, di solito di repertorio. Lo stesso avviene con le donne e con il burqa, in particolare. Il burqa esiste in Afghanistan, mentre in Arabia Saudita si utilizza il niqab. Spesso si parla di Islam in Italia e si utilizzano immagini di donne afgane con il burqa e la veste azzurra. È più facile semplificare i messaggi e fomentare una paura che, di fatto, è stata costruita. Il musulmano è diventato l'essere cattivo, il capro

espiatorio, e tale situazione si ripropone dopo ogni attentato. Storie frequenti sono quelle del musulmano che picchia la moglie, quando il problema del femminicidio va oltre la religione.

Io ho avuto modo di vedere molti ragazzi che fanno parte di realtà come il GMI o il CAIM (Coordinamento Associazioni Islamiche di Milano e Monza e Brianza): sono molto giovani e moderni, hanno dai 20 ai 30 anni, sono sicuramente più "occidentalizzati", emancipati. Mi capita di vedere, tramite Facebook, le attività di un imam che opera a Milano, Usama El Santawy: ha un aspetto classico, con la barba, ma le foto che pubblica sono interessanti e lo ritraggono mentre lava i piatti, pettina i capelli della figlia... è una figura molto più umana, un padre ed un marito.

Non mi interesserebbe, comunque, conoscere della religione di un individuo. I giornali, invece, sottolineano questi aspetti, soprattutto quando c'è di mezzo un'etnia e, in questo modo, si aggiungono stereotipi (soprattutto quando si parla di cronaca nera). Ormai questo è un momento storico in cui l'odio e la paura sono stati sdoganati: si ha paura, non ci si fida più di nessuno, non c'è più solidarietà. Inoltre, perché presentare un politico o un medico come musulmano? Nessuno si sognerebbe di definire come cristiano o ebreo un individuo, in Italia. Io spesso vengo definita come Rania, giornalista musulmana: ma quando mai si presentano le persone con il proprio credo? Su tutto ciò che è stato scritto su di me c'è la parola "musulmana"... è una morbosità e nessuno si sforza di capire se l'immagine che già c'è dell'Islam sia rispettosa oppure no.

#5

Un tavolo dell'Islam italiano è qualcosa di sicuramente molto interessante, a patto che la politica ne sia esclusa. Però **l'Islam in Italia è molto diverso e stratificato**: vi è una comunità senegalese, quella del Corno d'Africa (Somalia, parte di Etiopia ed Eritrea), c'è poi un Islam del Nord Africa, un Islam del Medio Oriente, un Islam pachistano e del Bangladesh. Sono, insomma, realtà differenti e persino le lingue sono differenti. **L'unico aspetto che ci accomuna è la religione, ma questa è vissuta in modi completamente diversi, amalgamata com'è con le tradizioni locali.**

Proprio per questo sono entrata in conflitto con il CAIM: loro volevano realizzare una grande moschea a Milano, in rappresentanza dei musulmani, attraverso la *Qatar Foundation*. Io non ero d'accordo perché, in questo modo, non si sarebbe trattato della moschea di tutti i musulmani ma di quella del CAIM: solo i loro soci si sarebbero ritrovati all'interno. **Quel che io vorrei riuscire a realizzare, grazie all'aiuto di altre persone** (se me ne daranno modo), **è creare tante piccole rappresentanze delle diverse sfumature dell'Islam italiano.** È molto difficile, perché è complesso mettere d'accordo i musulmani, soprattutto quando ci sono di mezzo rappresentanza e, quindi, potere. E il potere dà alla testa.

Io faccio parte di un'associazione di musulmani laici, perché voglio distinguere il pubblico dal privato. Il mio privato è Islam, ma il mio pubblico è la Costituzione italiana. Vivo in Italia e ne rispetto le leggi e chi rispetta le leggi ha tutti i diritti. **La moschea non necessita di tanto clamore: è un mio diritto**

costituzionale, un diritto della mia minoranza, però deve essere una realtà che rispecchia tante voci musulmane.

Non deve essere una moschea in cui comanda solo un gruppo, perché a quel punto avrei paura della sua gestione. Perché se dovesse succedere qualcosa per colpa di un solo musulmano, io dovrei pagare per lui, verrei messa nello stesso calderone. Se un musulmano combina qualcosa di brutto, per giorni avrei paura a scendere in strada, nonostante io non abbia fatto nulla di male.

La questione della rappresentanza è importante, ma tutte le frange dell'Islam italiano devono essere rappresentate, e non solo quei gruppi che si organizzano perché hanno i soldi per farlo o le varie associazioni del Qatar o dell'Arabia Saudita. Forse consolati e ambasciate dovrebbero lavorarci su? Ma si tratterebbe di realtà filogovernative, comunque.

Io mi arrabbio molto con alcune personalità che, conoscendo alcune sure del Corano, iniziano a frequentare il garage sotto casa adibito a moschea e, in poco tempo, diventano gli imam rappresentanti dell'Islam italiano. Chi ha dato loro il diritto di parlare per chi? Mi capita di sentire questi imam che vanno in televisione a raccontare frottole e a rappresentarmi e non posso nemmeno ribattere. Prima di tutto, molti sono di prima generazione e non sanno nemmeno parlare la lingua italiana; quelli che lo sanno fare, magari, sono di indole estremista e non conoscono la diplomazia. È importante che vi siano persone qualificate, e non autoproclamate.

La rappresentanza deve essere una sorta di piccolo parlamento. Non vorrei che si riproponessero sempre le solite famiglie che hanno dato vita al mondo dell'associazionismo islamico in Italia (e che sono molto efficienti). Io, però, chiamo queste realtà Islam Business. È un Islam di marketing, che ha sempre qualche interesse dietro.

Noi musulmani non abbiamo una voce, un intermediario, perché è la religione stessa che è senza intermediari, e avere qualcuno che parla per me è già un'eresia. Ma capisco anche che ce n'è la necessità, in Italia.

#6a

Il Papa attuale è sicuramente una persona meravigliosa e sì, forse questo rispetto e questa reverenza potrebbero servire anche per un'eventuale persona che rappresenta l'Islam. Ma potrebbe essere anche una donna? Non ci sono papi o cardinali donne, per cui non ci si può aspettare che venga fuori l'imam donna.

Vorrei che chi mi rappresentasse fosse democraticamente eletto da noi musulmani, chiamati a partecipare alla scelta. Se, invece, dessimo solo spazio alle associazioni, allora non ci sarebbe alcuna scelta ed i nomi sarebbero certi (vedi CAIM, COREIS, etc.). Inoltre, vorrei che fosse una rappresentanza ciclica: ogni due, tre anni ci dovrebbe essere un cambio. E, se in questo periodo, la figura in questione dovesse combinare qualcosa di sbagliato, è giusto che lasci il posto a qualcun altro.

#6b

Credo di sì, che anche i musulmani vorrebbero essere rappresentati oltre la sfera religiosa. Ma siamo sicuri che l'Italia sia una società laica? Io sono laica, ma vedo che ci sono persone che si strappano le vesti per avere il crocifisso in classe. La religione e i suoi simboli sono un arricchimento in più della persona, ma non devono diventare l'unico aspetto che ti contraddistingue come essere umano. Grazie a Dio, non c'è l'uomo-velo, l'uomo-crocifisso o l'uomo-kippah. È un terreno molto complesso. Allo stesso tempo, non so quanto il modello estremista della laicità alla francese ti faccia sentire integrato oppure quanto calpesti le tue libertà religiose.

Il discorso è complesso, anche perché l'immigrazione in Italia è ancora troppo recente. Dovremo aspettare le terze o quarte generazioni di musulmani nati qui per comprendere eventuali sviluppi. L'immigrazione oggi comprende persone che non parlano bene l'italiano e che non sono strutturate, e l'Italia stessa non era pronta a questi flussi migratori. Inoltre, l'Italia ha una tradizione molto cattolica, non si può dire un paese laico, ma ciò non è un male, anzi, è parte della sua bellezza e delle sue tradizioni. Certo, non bisogna fare del Cattolicesimo un vessillo, della serie: «se venite qui dovete mangiare il maiale!» Non è così che funziona.

#7a

Credo che si parlerà meno dell'Islam come terrorismo nel momento in cui si creerà un nuovo nemico. È un ciclo, prima c'erano l'URSS ed il blocco comunista, adesso va di moda l'Islam.

La paura è rappresentata dal diverso e, in particolare, da una religione che è diversa [da quella cristiana] in cui il fedele si sottomette a Dio. Ma è comunque una religione di pace, non c'è scritto da nessuna parte che se sei musulmano devi compiere attentati terroristici. Quelli sono criminali, esseri immondi e nessuno lo negherebbe. Ed invece cosa ci viene chiesto all'indomani di ogni attentato? «Scendete in piazza!» Ma perché dovrei farlo? Si tratta di associazioni criminali.

Anche nel linguaggio è possibile notare questo trend: se anni fa l'insulto era "marocchino" o "vucumprà" e la differenza era nel colore della pelle, oggi siamo passati all'identità religiosa e l'insulto è rivolto ai musulmani tutti. Così come anche la parola "extracomunitario" ha acquisito un'accezione negativa, ma in realtà indica solo persone di paesi non membri della Comunità Europea. Questo per via dei media che ripetono titoli come «un extracomunitario ha massacrato di botte la povera moglie» oppure «un extracomunitario spaccia droga sotto casa» etc. Quel che è successo con la parola "extracomunitario" si è ripetuto con "musulmano". Ovvero si accentua e sottolinea l'appartenenza religiosa di persone protagoniste di casi di cronaca nera.

#7b

Io me lo auguro. Mi sono laureata il 15 marzo del 2001 e nemmeno sei mesi dopo sono avvenuti i fatti dell'11 settembre. È stato un periodo molto brutto della mia vita, perché c'era tanta paura. **Io non avevo mai subito offese per la mia religione o per il mio colore, ma sono atteggiamenti che vedo oggi.** I media hanno fatto tanta disinformazione.

ne, hanno radicato un tarlo nella testa delle persone. Il livello di intolleranza è altissimo e tutti si sentono in diritto di poter offendere qualcun altro. E questo è profondamente sbagliato.

È un augurio che faccio ai miei figli e ai miei nipoti. Io, oggi, sono adulta e posso affrontare certi comportamenti, ma ai miei figli è successo di non riuscire a rispondere ad alcune offese, di subirle.

#8

Non lo so. **Bisognerebbe fare un lavoro più approfondito di conoscenza e dialogo, bisognerebbe dare spazio alle persone giuste di parlare** (e non solo a quelle che si sono autoproclamate). Sicuramente, sarebbe utile avere interlocutori intelligenti che possano veicolare i messaggi corretti in fatto di diritto ad avere una moschea o ad una equilibrata alimentazione a scuola (vedi la carne di maiale, ad esempio). Ma, a volte, si ha paura a farlo, perché è facile comparire sui giornali che strillano «ai musulmani non va bene quel che diamo.» Quindi, spesso sono i musulmani a tirarsi indietro per evitare battaglie che battaglie non dovrebbero essere, perché si tratta di diritti.

#9

Sì. Intanto sarebbe utile munirsi di rappresentanti che sappiano parlare correttamente. Non cadere necessariamente nello stereotipo della musulmana velata o del musulmano barbuto (che sono coloro che, di solito, parlano). Non fare vittimismo, perché questo aizza le folle e si ottiene l'effetto contrario. Non mi sento di dare molte

colpe ai musulmani, ma sicuramente chiederei più apertura mentale e di rispettare le regole del paese in cui si vive, conoscerne un po' il diritto, le leggi e la costituzione. Questo avviene già: ci sono molti ragazzi e ragazze musulmani che fanno parte di certe associazioni e sono avvocati, medici, etc. C'è una seconda generazione di plurilaureati che, però, scivolano sempre nella rappresentazione dell'Islam politicizzato. E quando si mettono insieme politica, Islam e potere avvengono degli scontri. Io punterei su una minoranza che ha bisogno dei propri diritti per diventare cittadini attivi.

Io mi auguro che il clima cambi. I media hanno un ruolo fondamentale. Purtroppo, da giornalista e scrittrice non sono molto ottimista. **Non puoi immaginare quanto sia difficile per me parlare di sesso, sessualità e del corpo di una donna musulmana.** Non solo mi scontro con la chiusura della stessa comunità musulmana, ma anche con i media italiani a cui non interessa parlare della donna, del femminismo, dell'emancipazione e del diritto di una donna a sentirsi donna in quanto tale. **È più facile parlare della donna picchiata, si raggiungerebbe uno share televisivo pazzesco. Nessuno mi ascolterebbe se, invece, io andassi in televisione a parlare dei diritti delle donne.** Per quanto riguarda il mio libro, io sono arrabbiata proprio con il mondo occidentale e non con quello musulmano da cui non mi aspettavo nulla. Certo, ho ricevuto delle critiche perché secondo alcuni musulmani non parlo bene dell'Islam (anche se io non parlo mai dell'Islam, nel libro), mentre ad altri è piaciuto molto... dipende dal background di ognuno di noi.

Intervista a

MAHMOUD ASFA

Milano, 24 marzo 2018

Mahmoud Asfa, di origini palestinesi, è nato in Giordania nel 1964. Laureato in Architettura presso il Politecnico di Milano, è tra i fondatori ed attuale presidente della Casa della Cultura Islamica del capoluogo lombardo, sita in via Padova. Noto esponente dell'Islam moderato italiano, nel 2009 ha ricevuto l'Ambrogino d'oro per il dialogo costruttivo tra la comunità musulmana e la società milanese.

#1

Noi musulmani non abbiamo mezzi di comunicazioni ufficiali e poche volte veniamo coinvolti dai media. Inoltre, veniamo contattati solo quando succede qualcosa di negativo, in Italia o nel mondo.

#2

Vorrei fare una premessa. Io seguo la televisione italiana e i media in generale e noto che si parla di Islam solo quando succede qualcosa di brutto. È il caso del terrorismo. Questo vuol dire che è in corso una campagna mediatica contro la nostra religione: ci sono delle lobby internazionali che vogliono convincere l'opinione pubblica mondiale di un rapporto tra Islam e terrorismo. Ogni giorno subiamo questa campagna basata sulle menzogne, sulle bugie e sulle ingiustizie. **I problemi dell'immagine negativa dell'Islam nei media sono diversi, ma una delle cause, in Italia, è la mancanza di un'intesa tra**

Islam e Stato italiano. Ad esempio, la comunità ebraica è riconosciuta attraverso un'intesa e vedo che esistono degli spazi, sui media, ad essa dedicati: ogni domenica c'è un programma [televisivo] specifico che tratta dei costumi e della cultura degli ebrei. **Di Islam si parla solo quando capita un attentato perpetuato da un fanatico, uno che non rappresenta il mondo musulmano e che, invece, cattura l'attenzione mediatica e contribuisce a questa immagine negativa.** Vorrei, invece, che si parlasse della vera realtà dell'Islam. Inoltre, la comunità musulmana in Italia è ancora giovane, in crescita e non ben organizzata per poter affrontare certe tematiche.

Sono certo della presenza di lobby: se la televisione italiana, quella francese, quella tedesca, tutte trattano l'argomento dell'Islam nello stesso modo vuol dire che c'è qualcosa dietro. Che qualcuno trasmette un certo tipo di informazione verso l'opinione pub-



blica. Sembra un messaggio studiato. Un esempio è la parola *jihad*, tradotta come *guerra santa*: questo per noi musulmani è un'offesa, perché *jihad* non significa guerra santa, non c'è un'espressione del genere nel Corano o nella cultura del mondo musulmano. Abbiamo spiegato innumerevoli volte che la parola *jihad* significa *sforzo*: un uomo che si alza la mattina e va a lavorare per il bene della famiglia può essere considerato *jihad*. Ma sembra che le nostre spiegazioni vengano trascurate totalmente. **Se tu vuoi capirne di più su una malattia del cuore, andrai da un cardiologo. Lo stesso dovrebbe valere per l'Islam. Se si vuole discutere dell'Islam, bisogna andare da un musulmano conoscitore della religione.** Ma se le sue spiegazioni sul significato di Islam e *jihad* vengono trascurate, allora significa che c'è qualcosa che non va. Significa che ci sono delle lobby che vogliono veicolare specifici messaggi all'opinione pubblica.

Quando si parla di guerra, il Corano utilizza altri termini come *qitāl*. Il concetto di *jihad* è molto vasto: quando digiuno faccio una *jihad*, quando faccio l'elemosina faccio una *jihad*, quando visito un malato faccio una *jihad*, quando costruisco un luogo di preghiera faccio una *jihad*. Ogni volta che mi sforzo di migliorare il mio comportamento verso gli altri compio una *jihad*. La parola *jihad* viene utilizzata in modo improprio dai media. Noi non chiamiamo i terroristi *jihadisti*. Chi combatte per la libertà del proprio paese o chi si batte pacificamente per la libertà di espressione viene chiamato *muqatil*, ma chi utilizza delle armi per uccidere viene definito come terrorista, *'ūrhabiun*. Chi

compie attentati si dichiara *jihadista*, ma questo non vuol dire che sia corretto. Inoltre, sappiamo che in tutto il mondo arabo non si riesce a produrre una pallottola ma, allora, come si sono espansi Al Qaida e lo Stato Islamico? Da dove hanno preso armi e soldi? Sappiamo che c'è un giro molto sporco nel mondo arabo-musulmano, ma le armi vengono dall'Occidente. Anche se questi individui si dichiarano musulmani e affermano di seguire la sharia e le orme del Profeta, non hanno niente a che fare con la fede islamica. È gente che viene utilizzata per altri scopi ben studiati.

Chi sono le vittime di tutta questa situazione? Le persone che vivono la fede in modo giusto ed equilibrato, che vogliono stare bene come individui e nella società. La nostra comunità soffre della confusione mediatica nei confronti dell'Islam.

Cosa significa Islam? Islam viene dal verbo *aslama*, che a sua volta viene dalla parola *salām*, pace, sottomissione a Dio. Quando si dice Islam = terrorismo, questo crea solo confusione. Raramente i programmi televisivi parlano di Islam, ma quando lo fanno, di solito in relazione al terrorismo, chiamano a parlare individui che non sono nemmeno conosciuti dalla comunità musulmana italiana. Alcuni sono fanatici che rappresentano solo loro stessi e che, invece, vengono definiti come rappresentanti dell'Islam in Italia o come imam di Milano, Roma, Torino, Firenze, eccetera. Noi musulmani siamo coinvolti dai media solo quando c'è un attentato e questo ci infastidisce molto. Noi, come Direzione della Casa della Cultura Musulmana, abbiamo de-

ciso di non rispondere ai giornalisti che vengono a intervistarci sulla questione del terrorismo. Se vogliono informarsi sull'Islam come religione, come la comunità vive, qual è il rapporto tra Islam e altre religioni, ben vengano. Ma se vogliono discutere di attentati in Francia, nel Regno Unito o in America, non ci interessa.

Oltretutto, quando un non-musulmano compie una strage i media si affrettano a dire che non si è trattato di terrorismo, ma che l'uomo è uno squilibrato. Ma se l'attentatore è musulmano, allora si parla subito di terrorismo islamico. Questo, nuovamente, ci fa capire che esistono delle lobby dietro alla comunicazione. Per i media, i musulmani amano uccidere, mentre la realtà è completamente al contrario. Nel Corano c'è scritto che «chi uccide un'anima è come se avesse ucciso l'intera umanità, e chi salva la vita di una persona è come se avesse salvato tutta l'umanità». Chi va ad uccidere è contro la sua stessa fede.

#3a

Se si vuole parlare del ruolo della donna nell'Islam, bisogna guardare al Corano come unico riferimento. Tutto il resto è interpretazione personale e ideologica. Nel Corano, quando Dio parla all'uomo e alla donna lo fa allo stesso modo: c'è un'uguaglianza totale, una parità assoluta. Il modello del Profeta è quello da seguire e noi cerchiamo di farlo. Quando le donne vengono in moschea a pregare con gli uomini nello stesso spazio, questo è già per noi seguire il Profeta. **Per far funzionare la società, come le ali di un uccello, c'è bisogno di porre l'uomo e la donna**

sullo stesso piano. Questa è la visione islamica.

Purtroppo, nel mondo arabo-musulmano la donna vive una situazione molto diversa: si tratta di un mondo che ha subito un grande arretramento culturale, anche a causa del colonialismo, dei conflitti bellici e dell'invasione straniera. Il ruolo della donna nel mondo musulmano subisce un miscuglio di tradizioni, di questioni politiche e di Islam. L'Islam ha stabilito l'uguaglianza tra uomo e donna, e questa è sopravvissuta per tutto il tempo in cui è vissuto il Profeta, ma anche durante i successivi califfati. Fino a poco tempo fa, in Arabia Saudita la donna non poteva guidare l'automobile... poi il principe ereditario ha deciso di eliminare il divieto: prima veniva utilizzata la religione come giustificazione, ora invece sembra che la stessa religione dia il permesso. Nel Corano, però, non c'è scritto da nessuna parte che la donna non può guidare un mezzo di trasporto: ai tempi del Profeta le donne usavano i cammelli e partecipavano persino alle gare. Direi che tutto ciò non ha a che fare con l'Islam e, anzi, è la dimostrazione di come queste leggi, nel mondo arabo-musulmano, rispecchino solo gli interessi politici. In Afghanistan le donne hanno problemi ad accedere all'istruzione, eppure il Profeta ha dichiarato che «ottenere conoscenza è un dovere incombente su ogni musulmano, maschio o femmina che sia». L'Islam, addirittura, per certi versi privilegia la donna: è compito dell'uomo assicurare sostentamento economico alla famiglia, ma la donna e moglie non ne è assolutamente obbligata e, anzi, ha il diritto di spendere per sé tutto ciò che guadagna.

La donna, in diversi paesi, vive una situazione drammatica ma tutto ciò non c'entra con la religione. Se le donne sono obbligate a coprirsi, in alcune aree, è per questioni politiche. Il Corano dice che «non c'è costrizione nella religione», quindi figuriamoci se la fede può essere usata per obbligare le donne a coprirsi. Se l'Islam ha dato la libertà all'uomo di credere o non credere nel Dio creatore, lo stesso Islam può mai vietare alle donne di studiare od obbligarle a vestirsi in un certo modo? L'Islam guarda agli aspetti fondamentali della vita. Invita, sì, le donne a coprirsi il capo per tutelarsi dagli sguardi degli uomini, ma se una donna non lo vuole fare non è una cattiva persona.

#3b

Il dialogo è la soluzione più importante. Quando abbiamo la possibilità di parlare con i mass media, se l'argomento di discussione riguarda il mondo femminile preferiamo sempre mandare una donna. Dialoghi, confronti e dibattiti sono fondamentali e, se si parla di donne, è meglio che siano loro le protagoniste.

#3c

Credo che qualora una musulmana volesse parlare del ruolo della donna nell'Islam, dovrebbe prima di tutto essere conoscitrice dei versetti del Corano. E l'Islam, così come la religione ebraica e quella cristiana, invita la donna a coprirsi il capo con un velo. Accettare tale invito significa rispettare le parole di Dio. Credo che una donna che voglia rappresentare l'Islam debba essere prima di tutto convinta e praticante dei dettami religiosi. Ovviamente, però, non si deve sentire obbligata a coprirsi.

#3d

Questo dipenderà dall'opinione pubblica italiana e, quindi, dai media. Penso che, comunque, un giorno diverrà comportamento normale ed accettato. Dipenderà anche dalla convinzione delle donne stesse: ne conosco molte che indossano il velo per abitudine e non per credo religioso. L'Islam dà poca importanza all'aspetto esteriore: ciò che è fondamentale è il cuore della persona. Il profeta Maometto riassume l'Islam in poche parole: «sono stato inviato da Dio per perfezionare il comportamento dell'essere umano». L'uomo è invitato a perfezionare le proprie azioni. Una donna velata che, però, spaccia o ruba non ha capito nulla dei valori dell'Islam.

#3e

Non credo si tratti di un miglioramento. Sono rappresentazioni che restituiscono semplicemente immagini della realtà. **Ci sono donne con il velo e non, conservatrici o meno, ma sono sempre musulmane.**

#3f

Anche questo contribuisce a dare un'immagine ingiusta della donna musulmana. **Nel mondo ci sono donne musulmane che fanno politica, giornalismo, economia, cultura, educazione, donne che interpretano i versi del Corano e i detti del Profeta, donne che si battono per la libertà.** C'è Tawakkul Karman, politica yemenita che ha ricevuto il Premio Nobel per la pace. Mostrare solo la donna modella o la donna sportiva non è corretto.

#4

È una rappresentazione negativa, nel senso che non dà l'immagine della vita quotidiana degli uomini. Ma penso che sia giustificata dal fatto che ci troviamo in Italia, con la sua cultura e la sua storia, ed è un ritratto della comunità musulmana che vive qui. Comunque, nel mondo arabo-musulmano non mancano pensatori o scienziati, ma semplicemente non se ne parla. Inoltre, il tipo di immigrazione che c'è qui è diversa: un laureato o uno scienziato difficilmente emigrano da un paese arabo verso l'Italia.

Secondo me potrebbe essere interessante specificare che ci sono uomini di successo e intellettuali musulmani... sarebbe un modo per parlare di Islam in modo positivo e non solo attraverso il terrorismo.

#5

La mancanza di un interlocutore ufficiale è una scusa che il governo utilizza per posticipare la firma di un'intesa, però è anche compito dello Stato di scegliere delle figure di riferimento. Già negli anni '90 si parlava di chi dovesse rappresentare l'Islam in Italia. Si creò un Consiglio apposito per la presentazione di un progetto d'intesa, con la collaborazione di associazioni quali la COREIS e l'UCOII, ma, alla fine, la legislatura cambiò e non se ne fece più niente. Non c'è un serio interessamento da parte delle istituzioni italiane per trovare un reale interlocutore. Come presidente di un'associazione molto importante a Milano, come lo è la Casa della Cultura Musulmana di via Padova, ho ricevuto l'Ambrogino d'oro ma questo non mi ha nemmeno candidato

ad essere un interlocutore dello Stato italiano. In mancanza di un'intesa, abbiamo accettato l'istituzione di un albo per le associazioni di culto, un ente riconosciuto dal Comune di Milano, ma, terminato il mandato di Pisapia, non se ne è saputo più niente. Le istituzioni non hanno interesse a risolvere questi problemi della società: dalla questione dei luoghi di culto a quella della cittadinanza, eccetera. È un problema della società tutta, non solo della comunità musulmana.

Vivo in Italia da più di 35 anni, ma non vedo interessamento da parte del governo. Anche il *Patto nazionale per un Islam italiano* rappresenta un passo nella direzione giusta ma, come è successo negli ultimi decenni, caduto un governo vengono meno anche i progressi fatti e si riparte da zero. In altri paesi, come il Regno Unito, la Spagna o l'Austria, esistono delle intese tra stato e Islam. In Italia no, nonostante sia il paese sede del Vaticano e ci sia un grande rispetto della religione. Le maggiori confessioni, come l'Ebraismo, sono riconosciute ufficialmente: l'Islam, che è la seconda religione in Italia per numero di fedeli, non lo è.

#6a

Sì, anche se la questione è sempre legata alla politica. Nel mondo musulmano già ci sono delle rappresentanze. L'Università al-Azhar del Cairo è accettata e riconosciuta da tutto il mondo musulmano sunnita e, secondo me, potrebbe essere un punto di riferimento. Il problema è che in Arabia Saudita e in alcuni altri paesi ci sono dei Consigli differenti, legati alla sfera politica, e questo crea frammentazione nel mondo musulmano.

#6b

La Repubblica Italiana è laica. La laicità italiana, diversa dal laicismo francese, non viene contraddetta dall'espressione religiosa, sia essa cristiana o musulmana. Credo vada bene così com'è: un paese in cui tutte le confessioni religiose possono essere vissute in pace e libertà. La laicità permette ad ogni individuo di esprimere la propria identità religiosa. Credo anche che sia giusto dare la possibilità ad ogni cittadino, anche musulmano, di partecipare attivamente alla società di cui fa parte.

#7a

Noi musulmani non abbiamo mezzi di comunicazione ufficiali. **Credo che il nostro comportamento sia l'arma migliore che abbiamo. Attraverso il nostro comportamento possiamo fare capire che l'Islam non è terrorismo.** Oltretutto, tutti gli attentatori sono persone che sostengono di agire in nome di Allah ma che, in realtà, non conoscono la religione islamica e non frequentano le moschee.

Noi, come associazione, cerchiamo di portare avanti quotidianamente questa sfida al dialogo e all'apertura verso la società. Dopo l'ultima preghiera delle ore 20, questo capannone si trasforma in una sala conferenze in cui invitiamo al dialogo italiani, giornalisti, persone di cultura. All'ultimo evento ha partecipato la vice sindaco di Milano e abbiamo parlato insieme di diversità. Questi sono i nostri mezzi, le nostre possibilità, e cerchiamo di sfruttarle al meglio.

#7b

Credo che dipenderà dalla formazione delle nuove generazioni. Anche nelle società occidentali possono venire a mancare dei valori educativi e noi, come associazione, cerchiamo di affrontare il problema di questi ragazzi che sono nati e cresciuti in una società completamente diversa da quella di origine dei genitori. Organizziamo periodicamente degli incontri per trattare di questo tema. Il nostro centro è aperto a tutti, a differenza di altre moschee. Dobbiamo fare un grande sforzo per trasmettere i giusti valori alle nuove generazioni.

Gli attentati degli ultimi anni hanno spesso portato giornalisti e media nelle moschee, come se fossimo noi i fautori di quei gesti. Da tutto ciò, però, è nato un certo interessamento nei confronti dell'Islam e della sua comunità. Questo è, per certi versi, positivo e abbiamo cercato di sfruttare la situazione. Ad esempio, negli anni '80 e '90 nessuno conosceva il Ramadan. Oggi, invece, se ne parla sui giornali o nelle scuole. Dal male è scaturito qualcosa di buono, un interessamento per una migliore comprensione dell'Islam.

C'è ancora tanto da fare, comunque. Uno dei problemi è quello dei ragazzi nati in Italia da genitori stranieri: giovani che fino ai 18 anni non possono richiedere la cittadinanza italiana, anche se si sentono italiani a tutti gli effetti. Sono persone che non hanno nemmeno bisogno di integrazione, sono italiani e fanno parte della società.

#8

Se non c'è l'intesa, mancheranno sempre regole e leggi. Se non c'è un'intesa a livello nazionale, facciamola a livello regionale o provinciale: in questo modo risulterebbe più semplice l'edificazione di un luogo di culto. Ma ogniqualvolta il Comune di Milano si adopera per assegnare delle strutture alla comunità musulmana, la Regione promulga una qualche legge anti-moschee. È un gioco tra Comune e Regione, e chi ci rimette è la comunità. Io, come immigrato, posso accettare questa situazione e posso pregare in qualsiasi luogo, dallo scantinato al magazzino. Ma i ragazzi che nascono e crescono in Italia e che sono italiani esattamente come i loro coetanei cristiani od ebrei non accettano questa situazione. Perché l'ebreo può pregare nella sua sinagoga e il cristiano nella sua chiesa, ma il musulmano deve pregare nel garage? C'è una discriminazione nei nostri confronti, perché non ci viene data la possibilità di costruire un luogo di culto nei modi stabiliti dalla religione. Si tratta della mancanza di un diritto, una situazione che lo Stato italiano deve affrontare e risolvere.

A Milano ci sono 100.000 musulmani: persone che lavorano e pagano le tasse. Allora facciamoli sentire davvero parte attiva della società e diamo loro il diritto di pregare in una moschea. I miei figli già da bambini mi chiesero il perché li portassi a pregare in uno scantinato, mentre i loro amici andavano in chiesa o in sinagoga. Tutt'oggi non sono ancora riuscito a rispondere a questa domanda.

#9

Credo che l'arma per il cambiamento sia il nostro comportamento. Ovviamente, non tutti i membri della comunità musulmana rispettano i valori dell'Islam e qui sta proprio il compito dei luoghi di culto. È un lavoro quotidiano che realizziamo per aiutare gli immigrati a vivere in pace ed armonia nella società in cui si stabiliscono.

Sicuramente, però, combatteremo per ottenere un'intesa con lo Stato italiano: intesa che ci permetterà di avere nuovi spazi nel mondo della comunicazione, della cultura, del lavoro e che renderà i musulmani cittadini attivi nel servire la società.

Intervista a

SHERIF EL SEBAIE

Torino, 26 marzo 2018

Sherif El Sebaie, nato al Cairo da padre egiziano e madre greca, è esperto di diplomazia culturale, rapporti euro-mediterranei e politiche sociali d'integrazione. Insegna Lingua e Cultura Araba presso il Politecnico di Torino, è consulente per la Galleria islamica del Museo d'Arte Orientale del capoluogo piemontese e nel 2005 è stato selezionato dall'Università della Virginia come uno dei 10 Fellow del Simposio Internazionale di Arte Islamica. Collabora con diverse testate giornalistiche e riviste, tra cui Panorama.

#1

Assolutamente sì, la problematica esiste. È in corso una massificazione, cioè **si guarda ai musulmani in termini di massa e non in termini di individuo e, anche quando ci si riferisce alla singola persona, si rimane comunque circoscritti a determinate categorie:** categorie che non rappresentano a pieno le potenzialità dell'individuo e le sue aspirazioni ed ambizioni.

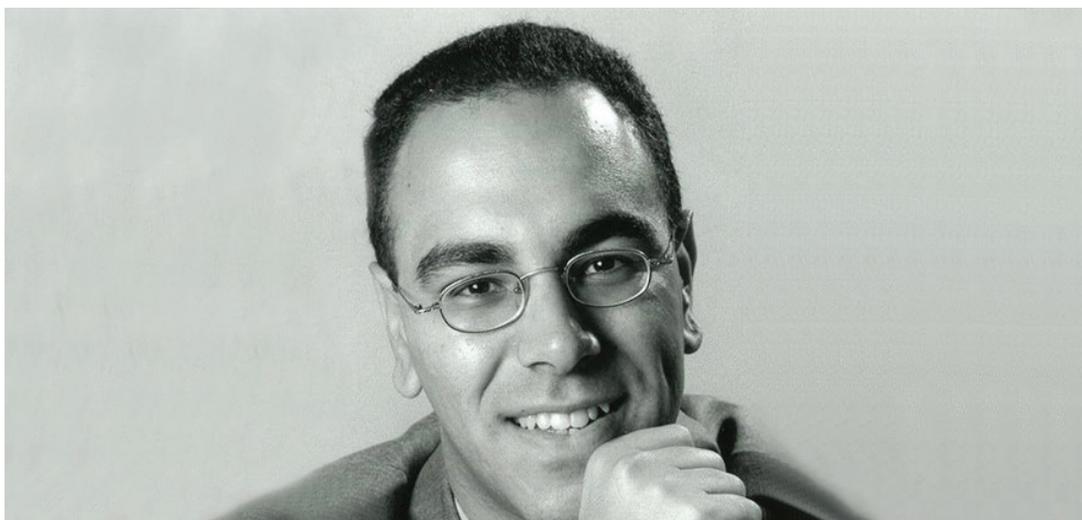
#2

I media puntano sul sensazionalismo e su tutto quel che può attirare l'attenzione del lettore. E quel che attira l'attenzione del lettore non è iscritto nella sfera della normalità, ma in quella dell'eccezionalità e in tutto ciò che può solleticare le sue emozioni. Quindi, notizie legate, ad esempio, al terrorismo o alla violenza sulle donne possono

essere iscritte nella categoria della cronaca nera: la categoria su cui campano molto i giornali, soprattutto nelle sezioni locali e in particolar modo sui social network. Purtroppo, questa è la realtà: i media circoscrivono le notizie [sull'Islam] a questi argomenti perché sono quelli che attirano l'attenzione dei lettori e che fanno vendere più copie.

#3a

Lo stereotipo della donna musulmana è proprio questo: le immagini per rappresentarla vengono scelte per rafforzare questa visione. La donna, quindi, deve essere velata, sottomessa, in disparte, che non ha voglia di guardare all'obiettivo o parlare con il giornalista. In parte, ciò corrisponde alla realtà del tipo di immigrazione che abbiamo in Italia: è un'immigrazione da zone rurali, povere e dove c'è molto analfabetismo.



Realtà che, però, non sono rappresentative dell'insieme della popolazione femminile musulmana che esiste in Italia, soprattutto in un momento in cui sono presenti già seconde e terze generazioni in cui, magari, le donne saranno pure velate ma non corrispondono allo stereotipo della donna sottomessa. Forse, questa seconda rappresentazione sta già emergendo, ma si tratta sempre di donne caratterizzate dal punto di vista religioso: si parla di donne "attive" sulla scena sociopolitica italiana, come la consigliera comunale Qader a Milano, ma sempre attraverso i binari dell'attivismo di tipo religioso. All'altro estremo c'è la donna musulmana modello "velina". **Le donne si trovano tra due estremi, e la normalità che c'è nel mezzo, cioè quella di donna musulmana che non fa della sua religione una bandiera o uno strumento di notorietà ma che, allo stesso tempo, non è una velina o una concorrente di Miss Italia, non compare quasi mai.**

#3b

Dando più spazio e visibilità a questi esempi che si trovano nel mezzo e che, probabilmente, sono anche i più numerosi, e allontanandoci dai modelli standardizzati di rappresentazione: quelli, ad esempio, della donna velata, anche se "attiva", oppure delle varie Ruby Rubacuori o delle concorrenti di concorsi di bellezza.

Questi esempi estremi, inoltre, vengono usati quasi per dimostrare l'eccezionalità del caso rispetto ad una massa di donne sottomesse. Se si parla di una ragazza musulmana che partecipa a Miss Italia, allora significa che i genitori sono contrari a questa sua scelta o, eccezionalmente, che la famiglia è a favore. È un caso straordinario usato per confermare la regola.

Basta solo andare a cercare le persone normali: donne e uomini che, magari, hanno successo nel loro campo lavorativo e che hanno interesse a mostrarsi sui giornali con una foto ed un

articolo. Inoltre, sono convinto che individui di questo genere abbiano anche cercato di ottenere un po' di spazio mediatico ma non ci siano (quasi) mai riusciti in quanto i giornali non mostrano interesse nei loro riguardi.

#3c

È corretta nella misura in cui la maggioranza delle donne musulmane di oggi è velata, però non è l'unica rappresentazione. Bisogna tenere in considerazione le donne che il velo non l'hanno mai portato o che, addirittura, se lo sono tolte. Ci sono anche donne che vorrebbero toglierselo ma non lo fanno a causa di pressioni politiche, in alcuni paesi, o sociali, in altri. E ci sono donne che combattono attivamente affinché questo accada. Non si tratta di compiere un gesto nuovo, ma di tornare indietro ad un'epoca in cui le donne il velo non lo portavano e vestivano all'"occidentale", senza nessuna ripercussione.

Non rappresentare queste donne, o rappresentarle come eccezioni, non fa altro che indebolire la loro battaglia, la loro voglia di tornare ad un'emancipazione che c'era e che si è perduta.

#3d

Il velo è stato propagandato dai movimenti islamisti, che poi l'hanno imposto alla società, proprio per distinguere le donne musulmane dalle altre. In un qualsiasi paese musulmano, oggi, quando si vede una donna non velata si pensa sia cristiana e ci si sorprende se, invece, è musulmana ma non indossa il velo. Forse, ora, in alcune regioni la situazione sta cambiando. A maggior ragione, vedere una donna velata in un paese occidentale non può che far pen-

sare ad una donna musulmana, anche perché le stesse associazioni islamiche in Italia usano il velo come bandiera della religione e dell'essere buoni fedeli e musulmani osservanti.

Questa associazione ci sarà sempre. Anzi, in alcuni contesti, tra cui quello italiano, la diffusione del velo è un segno visibile dell'aumento della comunità musulmana e del peso sempre maggiore che questa ha sulla società. Questo è anche il fine che perseguono i movimenti islamisti ed è il motivo per cui, in un primo momento, tali gruppi hanno propagandato il velo nei paesi musulmani: per far vedere nello spazio pubblico quanti sono e quanta influenza hanno sulla società.

Credo che questo processo si sia consumato pienamente nel mondo musulmano e che, successivamente, sia stato importato in Italia. Non dimentichiamoci che i primi musulmani giunti nel Paese erano appartenenti al movimento della Fratellanza musulmana: i primi, cioè, che hanno fondato associazioni rappresentative dei musulmani in Italia o moschee aderivano a quella sfera ideologica. Per di più, bisogna considerare che l'immigrazione che abbiamo in Italia non è quella che si ha negli Stati Uniti od in Canada: è un'immigrazione da zone rurali, povere e conservatrici ed è normale che il velo sia un fenomeno diffuso in Italia.

#3e

Prima di tutto, possiamo dire che attraverso questi dati ricadiamo sempre nello stesso pregiudizio: quello della donna velata che, però, fa sport, scrive, eccetera, quasi a confermare l'eccezionalità del caso rispetto alla

regola della donna sottomessa. Quante sono le sportive o scrittrici del mondo arabo-musulmano che il velo non lo portano? Sono tante, ma non ne parla nessuno: sembra che il velo sia quasi un requisito per poter sfondare sulla stampa. Oggi esiste anche il paradosso delle donne che appaiono sulle riviste di Playboy ma hanno il velo.

Io non credo che stiamo assistendo ad un miglioramento dell'immagine della donna musulmana. Tutte le nuove rappresentazioni che appaiono sui giornali sono comunque legate a quel pregiudizio: o per rafforzarlo o per confermarlo. Il concetto è sempre quello della donna musulmana velata, che sia ella sportiva o scrittrice.

#3f

La donna viene guardata solo per il suo aspetto fisico, ma ciò succede anche per le donne occidentali.

#4

Il modello non può essere adottato nei confronti degli uomini, perché se vogliamo rafforzare il primo pregiudizio, cioè quello della donna sottomessa che, eventualmente, si emancipa, dall'altra parte ci devono essere solo degli uomini che sottomettono. Questo pregiudizio verrebbe meno se si presentasse il modello di un uomo emancipatore od emancipato.

Non credo che gli uomini sentano più spazio di rappresentazione: siamo confinati alla realtà dei musulmani che fanno dell'Islam una professione e che devono parlare solo di religione. Di semplici professionisti ne vediamo pochi, forse anche perché non ci sono.

#5

Ci sono già delle figure "icone", ma **la priorità è variegare il panorama**. Sono anni che le stesse persone vengono interpellate per rappresentare la comunità musulmana: senza nulla togliere a loro, ci sarebbe bisogno di un allargamento di prospettiva e, soprattutto, di andare al di là della sfera religiosa. **C'è bisogno di musulmani che parlino non solo di Islam, di intese con lo stato, di moschee o di terrorismo, ma anche di politica (non solo quella relativa all'immigrazione) e di cultura (e non solo di cultura e arte islamica ma in generale).**

#6a

Quando si parla di Islam, in riferimento alla gerarchia della Chiesa, quasi sempre lo spazio viene data alle frange estremiste: hanno più visibilità le posizioni anti-cristiane o a favore del terrorismo, rispetto a quelle moderate più vicine al pensiero del Papa.

#6b

Credo che ognuno si possa identificare con la propria religione come e quando vuole. Il punto è non essere costretti dai media, magari contro la propria volontà, entro etichette e termini religiosi.

Sono sicuro che i musulmani vorrebbero essere rappresentati anche oltre la sfera religiosa, e credo sia un bene non sottolineare l'appartenenza ad una fede: questo darebbe l'immagine di una vera integrazione.

#7a

Il riferimento Islam-terrorismo è presente già da prima dell'11 settembre 2001. La contro-narrazione avviene con la rappresentazione della normalità, cioè delle persone che non sono riconducibili a queste tematiche. **Più l'immagine sarà variegata, più facile sarà per l'opinione pubblica capire che l'essere musulmani non significa essere confinati solo alla figura del fedele osservante, tutto barba e veli e che parla solo di moschee e religione.**

#7b

Non sono ottimista. Ci sono già le seconde e terze generazioni, ma mi sembra che stiano affrontando le stesse problematiche dei loro genitori, se non di più e questo è ben visibile negli altri paesi europei, come la Francia. Tutti gli studi dimostrano che laddove le prime generazioni accettano il sacrificio di essere confinate in una realtà di serie b (perché consce del fatto di essere immigrati appena arrivati, perché parlano male la lingua, perché devono ancora ambientarsi, perché non hanno gli strumenti o i titoli di studio adeguati), questo non succede con seconde e terze generazioni. Si tratta di persone che nascono in questo paese, si percepiscono come cittadini di questo paese, hanno tutti gli strumenti per orientarsi in questa realtà e, magari, posseggono anche i titoli di studio per cui i loro genitori hanno fatto sacrifici. Ma quando questi ragazzi cominciano ad imbattersi negli stessi ostacoli e pregiudizi incontrati dai loro genitori, nonostante abbiano le "carte in regola" per occuparsi di altro, lì sorge il problema della radicalizzazione. Dagli esempi degli altri paesi europei e dalle statistiche, è chiarissimo che il rischio

radicalizzazione scatta nelle seconde e soprattutto terze generazioni.

#8

Certo. Che lo vogliamo o no, **quel che dicono i media plasma l'immaginario collettivo. Se c'è una rappresentazione diversa dell'"altro", anche il modo di pensare delle persone sarà un altro.** Ma se la popolazione continua ad essere bombardata dalla stessa immagine e dallo stesso pregiudizio, anche solo inconsciamente rimarrà ancorata allo stereotipo. Il problema è più ampio, riguarda anche solo trovare una casa in affitto da parte di studenti stranieri o con un nome "esotico". Una diversa rappresentazione faciliterebbe la vita quotidiana: chissà quanti curriculum vengono scartati perché i proprietari hanno un nome straniero.

#9

In Italia vige il concetto del corporativismo. Se non rappresenti un'associazione, ma solo te stesso, non servi a niente. Devi comunque essere aggregato all'interno di una realtà associativa. Questo è il motivo per cui sono nati think tank come Ishan o l'associazione dei musulmani laici. Però, già creare queste realtà significa categorizzare delle persone dal punto di vista religioso. E, purtroppo, neanche questi gruppi riescono a sfondare sui media, perché non corrispondono all'immagine dell'Islam che i giornali vogliono e vendono.

Alcuni commenti aggiuntivi

Ciò che emerge dalla tua analisi è che c'è uno stereotipo perpetuato per motivi commerciali o politici. Questa immagine è quella che fa guadagnare voti, sia a destra che a sinistra. La destra ottiene voti sostenendo che i musulmani rappresentano il pericolo e la minaccia dell'Occidente; la sinistra li ottiene affermando che i musulmani hanno bisogno ancora di emanciparsi. Alla fine, ci guadagnano tutti, dai giornali ai partiti politici a chi fa dell'Islam una professione. Chi ci rimette è la maggioranza silenziosa di fedeli musulmani.

Credo anche che il problema della rappresentanza debba essere superato dalle redazioni dei giornali e dei telegiornali, da una loro riflessione interna e da una presa di coscienza del fatto che non stanno rappresentando la realtà completa [dell'Islam italiano] ma, piuttosto, un'eccezionalità attraverso binari che loro hanno già predisposto. Quando si parla di un qualsiasi argomento, la prima azione da intraprendere potrebbe essere quella di interpellare persone competenti nel campo, musulmane e non. Anche parlando di religione, non sarebbe male ascoltare non solo la voce di una realtà associativa religiosa ma anche quella di un musulmano cosiddetto "laico" (per usare un termine ormai adottato dal lessico giornalistico): ciò farebbe vedere che c'è una differenza di posizione anche per ciò che riguarda la religione. Finché i media non faranno questo passo, non c'è speranza che i pregiudizi nell'opinione pubblica possano scomparire. Ed è difficile che lo faranno... visto che ci guadagnano tutti.

INTERVISTE IN BREVE

Critiche

raccontata generale

Rappresentazione stereotipata, monolitica e non differenziata dell'Islam.
Islam costantemente associato al fenomeno dell'immigrazione.
Nessun riferimento a seconde e terze generazioni di musulmani.
Rappresentazione distorta e filtrata sotto forma di cronaca nera e terrorismo.
Fatti di cronaca nera associati direttamente alla religione.

spazi e contenuti

Mancanza di interlocutori ufficiali.
Media danno voce a membri della comunità musulmana sconosciuti, poco rappresentativi e spesso integralisti.
Musulmani interpellati dai media solo in caso di attacchi terroristici.
Mancanza di canali informativi dedicati a conoscenza, informazione e dialogo.
Abbondanza di canali informativi che trattano l'Islam in termini sensazionalistici.
Musulmani non hanno spazio per raccontarsi o definirsi all'interno dei media.
Intervistare un musulmano presuppone metterlo sulla "difensiva".
Confusione dal punto di vista terminologico e nozionistico (*ad es. jihad*).

raccontata della donna

Donna musulmana sempre rappresentata con il velo.
Donne musulmane senza velo poco rappresentate.
Donna musulmana sempre rappresentata come madre o casalinga.
Donne musulmane comuni o intellettuali scarsamente rappresentate.
Velo islamico descritto come simbolo di sottomissione e arretratezza.
Immagine della donna divisa tra due estremi: veli integrali e donne-veline.

raccontata dell'uomo

Uomo musulmano sempre rappresentato come autoritario e padre-padrone.

| | |
|-----------------------------|---|
| raccontare | Utilizzare un linguaggio chiaro e diretto, evitando termini religiosi e teologici non necessari. Evitare di parlare di "religione" o "cultura" in modo generico, ma di riferirsi a specifici aspetti della vita quotidiana. Evitare di parlare di "Islam" o "musulmani" in modo generico, ma di riferirsi a specifici gruppi o individui. Evitare di parlare di "Islam" o "musulmani" in modo generico, ma di riferirsi a specifici gruppi o individui. |
| rappresentazione generale | <p>Rappresentare l'Islam nella sua completezza (<i>etnie, tradizioni, etc.</i>).</p> <p>Parlare di più di seconde e terze generazioni.</p> <p>Non sottolineare appartenenze religiose o etniche degli individui, se non necessario.</p> <p>Creare una cultura dell'Islam per chi si occupa di giornalismo e comunicazione.</p> |
| spazi e contenuti | <p>Utilizzare interlocutori riconosciuti e conoscitori dell'Islam e del contesto sociale in cui si trovano.</p> <p>Adottare un approccio biografico: consentire ai musulmani di raccontarsi.</p> <p>Fare chiarezza dal punto di vista terminologico e nozionistico.</p> <p>Alternare voci religiose a quelle laiche per mostrare le sfaccettature del pensiero religioso della comunità musulmana.</p> <p>Musulmani non devono poter parlare solo di religione, ma anche di cultura, politica, etc.</p> |
| rappresentazione dei fedeli | <p>Dare spazio di rappresentazione donne musulmane velate al di fuori della cronaca nera.</p> <p>Dare spazio di rappresentazione a donne musulmane senza il velo.</p> <p>Indagare analiticamente la questione del velo islamico, sulla base dei recenti sviluppi della società (<i>ad es. percorso, scelta e non simbolo di sottomissione</i>).</p> <p>Dare spazio a uomini e donne comuni, la maggioranza, o professionisti.</p> |

5.4 Verso una metodologia per agevolare il processo di comunicazione

Dalle interviste emerge una certa uniformità rispetto al fenomeno trattato. Tutti gli intervistati confermano la presenza di problematiche legate alla rappresentazione dell'Islam nei media in generale, oltre che al caso specifico dell'informazione giornalistica online. Semplicità e banalizzazione sono alcuni dei termini utilizzati per descrivere il processo dell'informazione sulla religione islamica. Inoltre, gli intervistati concordano sul carattere negativo e stereotipato delle categorie di rappresentazione individuate al termine dell'analisi di visual framing: la comunità musulmana soffre delle ricadute di un ritratto così monolitico e, spesso, lontano dalla realtà.

Se il visual framing è servito a comprendere come inquadrare numericamente l'Islam sui mezzi di comunicazione italiani, le interviste si sono rivelate fruttuose per una lettura critico-culturale dello stesso. Un aspetto interessante sorto durante gli incontri è come problemi analoghi contraddistinguano la rappresentazione non solo della religione islamica ma anche di fenomeni culturali, religiosi o identitari affini. È il caso del ritratto che viene fatto della comunità rom e, in modo forse più aggressivo, dei gruppi etnici extracomunitari provenienti da Africa, Sudamerica e Asia.

Scrive Marco Bruno:

“ Il punto di partenza è che la possibilità di una convivenza pacifica e dialettica con l'Islam sia più che reale, ma passi per una conoscenza dell'altro libera da pregiudizi ideologici o religiosi e soprattutto dagli stereotipi negativi consolidatisi nell'immaginario collettivo europeo, e spesso rafforzati anche dal linguaggio quotidianamente proposto dai mezzi di comunicazione che, oggi più di prima, rivestono un ruolo determinante nella costruzione e significazione della realtà circostante e nel dare senso ai repentini cambiamenti che la attraversano.⁸ ”

Queste poche righe possono essere valide per tutti i gruppi sociali in qualche modo mal rappresentati dai media.

Così, attraverso strumenti della progettazione quali il visual framing e le interviste, è stato possibile isolare delle raccomandazioni utili per il designer della comunicazione, per il giornalista e per chiunque avesse la necessità di approcciare un fenomeno sociale, religioso, culturale o identitario relativo ad una minoranza presente sul territorio italiano senza ghettizzarlo o farne particolarità. Lo scopo è quello di informare il processo di comunicazione per renderlo migliore a fronte dell'istituto socio-culturale che deve rappresentare, soprattutto tenendo in conto il modello culturale di non-conoscenza del lettore medio rispetto alla tematica dell'Islam e simili.

⁸ BRUNO M., *op. cit.*, p. 107. Cit.

5.5 Raccomandazioni per la comunicazione dell'Islam e di fenomeni socio-culturali affini

Le raccomandazioni che seguono possono essere lette su due livelli: un primo livello riguarda in modo generale la comunicazione dei fenomeni socio-culturali, Islam compreso; un secondo livello è specifico della religione islamica e riguarda alcune peculiarità della comunità musulmana, come la questione del velo islamico.

Le raccomandazioni, poi, riguardano il contenuto della rappresentazione (cosa comunicare) e i modi della stessa (come comunicare).

Ghali, rapper italiano di origini tunisine nato e cresciuto a Milano, è attualmente uno dei musicisti più seguiti sul web. Il singolo *Cara Italia*, pubblicato all'inizio del 2018, tratta diversi temi legati alle seconde generazioni in Italia.

Livello generale

Contenuti della rappresentazione
Seconde e terze generazioni

Dare più ampio spazio di rappresentazione a membri di seconda e terza generazione delle minoranze etniche o religiose presenti sul territorio italiano. Antonio Cuciniello ci ricorda come in Italia «si registri la presenza di circa 8-900.000 ragazzi e ragazze di origine straniera», moltissimi dei quali nati e cresciuti nel Paese che, però, raramente trovano modo di esprimersi (se non al di fuori dei social media). Al contrario, le comunità di cui fanno parte sono descritte principalmente attraverso i fenomeni migratori, i casi di criminalità, le difficoltà delle prime generazioni, etc. Quella musulmana è una comunità abbastanza nuova in Italia ma che, comunque, conta anche un discreto numero di giovani assimilati all'interno della società italiana con l'unica differenza della religione.



Comunità variegata

Evidenziare il pluralismo insito all'interno delle comunità. Dai rom ai sudamericani, dai cinesi alle genti del sud-est asiatico, per quanto all'interno di un gruppo sociale si condividano lingue, religioni e tradizioni ogni individuo ha una storia e una personalità che non corrispondono necessariamente alla rappresentazione stereotipata e monolitica dei media. La questione è ancora più sentita se si parla di Islam, una religione che conta nel mondo «circa 1.600.000.000 di musulmani e, di questi, solo il 20% è presente nei paesi arabi.» La comunità musulmana, di solito associata al mondo arabo, è in realtà estremamente diversificata, soprattutto grazie alla commistione di religione e tradizione di ogni paese. In Italia, l'Islam è rappresentato da 48 nazionalità differenti, dall'Africa al Medio Oriente, dal subcontinente indiano all'Indonesia. Si tratta di uomini

e donne che aderiscono alla stessa fede ma che la vivono in modo differente, come differenti sono le lingue che parlano o i vestiti che indossano.

Dialogo e conoscenza

Promuovere un palinsesto informativo basato sulla conoscenza dell'"altro" e sul dialogo tra le comunità. Il panorama comunicativo odierno «ti spinge a chiuderti in casa e non aprire a nessuno. Sono i risultati ottenuti da chi ha voluto cavalcare l'onda della paura,» ammette Rania Ibrahim. In una società in cui le persone diffidano sempre più persino del proprio vicino di casa, soprattutto se ha un nome straniero, diventa obbligo morale per i mezzi di comunicazione di massa di arrivare dritti nelle case dei cittadini con momenti di scambio tra le culture e di approfondimento costruttivo. Questi prodotti mediali, che pur esistono, hanno bisogno di essere più frequenti, persistenti ed accattivanti.



Interlocutori attendibili

Scegliere interlocutori validi, esperti e giudiziosi come figure di rappresentanza. In ogni gruppo, sia esso etnico o religioso, coesistono pensieri fortemente divergenti ed anche in totale opposizione. Ogni individuo ha diritto di esprimersi, nei limiti della legalità e nel rispetto della Costituzione, ma quando si ha la necessità di interpellare una persona come rappresentante della comunità, questa deve essere profonda conoscitrice del tema di cui sarà chiamata a rispondere. In riferimento alla comunicazione dell'Islam, Nibras Asfa dichiara che «la persona di riferimento deve avere una certa esperienza e deve conoscere il contesto sociale in cui si trova, così come i problemi che i musulmani possono dover affrontare in un paese occidentale. Non da meno, deve conoscere la religione e la sua interpretazione deve essere adattata al contesto storico-sociale.» Gli intervistati hanno lamentato all'unisono un morboso interessamento da parte dei media verso quei soggetti poco diplomatici, dalle idee più integraliste e, spesso, sconosciuti che non rappresentano la maggioranza della popolazione musulmana in Italia ma che contribuiscono ad aumentare l'audience televisivo o di un giornale.

Modi della rappresentazione

Approccio biografico

Adottare un approccio biografico o autobiografico. *#NotInMyName* è solo uno degli slogan lanciati da gruppi minoritari in paesi occidentali per cercare di dissociare la propria comunità da fatti tragici, come gli attacchi terroristici. Queste azioni sono frutto di una pressione, da parte della società

occidentale, che pone gli individui (soprattutto quelli appartenenti a etnie o religioni diverse) sulla difensiva e non permette loro di esprimersi diversamente. Rania Ibrahim lamenta che quando un qualsiasi musulmano viene invitato in una trasmissione televisiva, «il capro espiatorio [...] di turno riceve commenti carichi di odio» dal pubblico: «pubblico che, tra l'altro, è costituito dalla "massa" che inveisce contro la donna velata o l'uomo musulmano.» Cuciniello suggerisce di lasciar parlare uomini e donne musulmani, di lasciarli raccontare e di dare loro un nome ed un viso e non solo una vecchia e anonima foto di repertorio.

Più spiegazioni e meno emozioni

Approfondire le tematiche in modo da scongiurare sensazionalismi e risposte fortemente emotive da parte del pubblico. Mahmoud Asfa sostiene che «si parla di Islam solo quando succede qualcosa di brutto.» È il caso del terrorismo o di fatti di cronaca nera. Associare costantemente (e unicamente) l'utilizzo del velo islamico ai casi di maltrattamento in famiglia può portare l'opinione pubblica a pensare che il velo sia un simbolo di sottomissione a tutti gli effetti (mentre sarebbe più utile inscrivere il fatto al più esteso e trans-culturale fenomeno della violenza sulle donne). Bisognerebbe, invece, sempre analizzare a fondo gli eventi trattati e non lasciare lettori o spettatori con poche risposte e molte domande.

La persona prima di tutto

Non sottolineare l'appartenenza religiosa o etnica di un individuo, quando non è necessario. È ormai frequente l'utilizzo di aggettivi quali "musulmano" o "extracomunitario" come insulti o

#NOT IN
MY NAME

Giovani musulmane manifestano a Milano con lo slogan #NotInMyName in seguito agli attentati di Parigi del 13 novembre 2015, [Luca Bruno/AP Photo]



con accezioni negative. L'appartenenza religiosa o etnica di un individuo va esplicitata solo quando è rilevante ai fini della comunicazione (è il caso del dialogo interreligioso).

Terminologia e nozioni corrette

Collegare la corretta terminologia agli aspetti identitari che rappresenta e non banalizzare concetti profondi di una religione. Nibras Asfa ci ricorda che «una persona può essere musulmana, mentre "islamico/a" è un aggettivo attribuito ad una cosa ed, ancora, "islamista" ha un'accezione politica.» Non si tratta della religione, ma di un corretto uso della lingua italiana. Spesso, anche i nomi dei diversi veli islamici vengono confusi o l'argomento Islam in Italia è associato ad immagini di donne con burqa e niqab, presenti quasi esclusivamente in Afghanistan e nella penisola arabica.

Attori della rappresentazione

Cultura in redazione

Creare una cultura del fenomeno socio-culturale tra chi produce o progetta la comunicazione. Chi deve avvicinare una minoranza etnica, religiosa o culturale, sia esso un giornalista o un designer della comunicazione, deve imparare a conoscere il fenomeno e le sue sfaccettature per una più corretta esposizione e comprensione dei temi trattati.

Livello specifico dell'Islam

Contenuti della rappresentazione

Non solo Islam

Interpellare membri della comunità musulmana anche per questioni extra-

religiose. Per allargare la prospettiva di pensiero dell'opinione pubblica italiana sull'Islam, secondo Sherif El Sebaie «c'è bisogno di musulmani che parlino non solo di Islam, di intese con lo stato, di moschee o di terrorismo, ma anche di politica (non solo quella relativa all'immigrazione) e di cultura (e non solo di cultura e arte islamica ma in generale).»

Normalità tra due estremi

Mostrare la normalità e la quotidianità dei fedeli musulmani. L'immagine di donne e uomini musulmani, spesso, si divide tra due estremi: uno è quello della donna/casalinga/sottomessa e dell'uomo padre-padrone/integralista, l'altro è rappresentato da donne musulmane veline o modelle e dei rispettivi padri, mariti o fratelli che, straordinariamente, accettano questa condizione. In entrambi i casi, si tratta di estremizzazioni dell'immagine di uomini e donne che non corrispondono alla quotidianità della maggioranza dei membri della comunità musulmana, in Italia come nel mondo. Anche figure intellettuali o professionali del mondo musulmano sono scarsamente rappresentate.

Donne senza velo

Dare spazio di rappresentazione anche a donne musulmane senza il velo.

Le donne musulmane, nel panorama mediatico italiano, sono quasi sempre rappresentate con il velo. Ciò non corrisponde alla realtà dei fatti: esistono anche donne che non indossano il velo islamico ma non per questo si ritengono meno musulmane di altre. Rania Ibrahim lamenta che «ultimamente, il contenuto dei media è vuoto: hanno bisogno dello stereotipo da mostrare a

tutti. Di conseguenza, l'Islam è l'Islam velato, l'Islam è l'Islam della barba.» Aggiunge anche che «il velo è una forma di semplificazione: il velo "buca" lo schermo,» ed è difficile per una donna musulmana non velata ottenere un po' di spazio sui media.

Modi della rappresentazione
Velo tra tradizione e religione

Fare chiarezza sulle diverse ragioni che spingono una donna musulmana ad uti-

Alcuni scatti del XVI Convegno GMI
Vita al di là dello Schermo organizzato
a inizio 2018 a Lignano Sabbiadoro dai
Giovani Musulmani d'Italia.

lizzare il velo islamico. Alcune donne musulmane indossano il velo perché seguono i precetti coranici; altre lo utilizzano perché è parte del costume tradizionale del loro paese; altre ancora decidono di indossarlo una volta giunte in un paese occidentale, per far fronte ad uno shock culturale; una parte di donne musulmane lo tolgono ad un certo punto della loro vita e alcune non lo hanno mai indossato. Sebbene esistano casi di costrizione all'utilizzo del velo da parte della famiglia, il velo rappresenta prima di tutto un percorso e una scelta di una donna musulmana.



RACCOMANDAZIONI PER LA COMUNICAZIONE DELL'ISLAM

Livello generale

contenuti della rappresentazione

SECONDE E TERZE GENERAZIONI

Dare più ampio spazio di rappresentazione a membri di seconda e terza generazione delle minoranze etniche o religiose presenti sul territorio italiano.

COMUNITÀ VARIEGATE

Evidenziare il pluralismo insito all'interno delle comunità.

DIALOGO E CONOSCENZA

Promuovere un palinsesto informativo basato sulla conoscenza dell'"altro" e sul dialogo tra le comunità.

INTERLOCUTORI ATTENDIBILI

Scegliere interlocutori validi, esperti e giudiziosi come figure di rappresentanza.

modi della rappresentazione

APPROCCIO BIOGRAFICO

Adottare un approccio biografico o autobiografico nella rappresentazione dei membri delle comunità.

PIÙ SPIEGAZIONI E MENO EMOZIONI

Approfondire le tematiche in modo da scongiurare sensazionalismi e risposte fortemente emotive da parte del pubblico.

LA PERSONA PRIMA DI TUTTO

Non sottolineare l'appartenenza religiosa o etnica di un individuo, quando non è necessario.

TERMINOLOGIA E NOZIONI CORRETTE

Collegare la corretta terminologia agli aspetti identitari che rappresenta e non banalizzare concetti profondi di una religione.

attori della comunicazione

CULTURA IN REDAZIONE

Creare una cultura del fenomeno socio-culturale tra chi produce o progetta la comunicazione.

E DI FENOMENI CULTURALI, RELIGIOSI E IDENTITARI AFFINI

Livello specifico dell'Islam

contenuti
della rappresentazione

NON SOLO ISLAM

Interpellare membri della comunità musulmana anche per questioni extra-religiose.

NORMALITÀ TRA DUE ESTREMI

Mostrare la normalità e la quotidianità dei fedeli musulmani.

DONNE SENZA VELO

Dare spazio di rappresentazione anche a donne musulmane senza il velo.

modi
della rappresentazione

VELO TRA TRADIZIONE E RELIGIONE

Fare chiarezza sulle diverse ragioni che spingono una donna musulmana ad utilizzare il velo islamico.

POSSIBILI SVILUPPI

Il percorso di tesi ha cercato di definire i caratteri prevalenti della rappresentazione dell'Islam e dei musulmani nei media italiani. L'analisi di visual framing ha restituito una dimensione quantitativa del fenomeno, dalle notizie più trattate alle immagini ricorrenti, mentre le interviste hanno permesso un confronto diretto ed un'analisi critica da parte di chi vive o si scontra quotidianamente con il fenomeno stesso. I risultati hanno permesso di capire come l'immagine dell'Islam e dei suoi fedeli in Italia non sempre corrisponda alla realtà dei fatti, soprattutto dal momento in cui tale realtà è in costante evoluzione. Il progettista della comunicazione, però, possiede gli strumenti necessari per informare e migliorare il processo di comunicazione: le raccomandazioni finali, infatti, rappresentano un primo passo verso un'informazione di qualità che possa promuovere conoscenza e dialogo, anziché stereotipi e diffidenza.

Comunque, per la natura dei media scelti per l'indagine, le testate giornalistiche online, e dei rispettivi contenuti fotografici non tutti i dati a disposizione sono stati presi in considerazione; parte di essi sono stati inevitabilmente esclusi ma possono rappresentare il materiale di partenza per possibili sviluppi futuri d'analisi.

Per quanto riguarda il contenuto dell'informazione, l'analisi delle immagini può essere affiancata a quella delle componenti testuali della comunicazione. Strumenti quali l'*analisi critica del discorso* (CDA), già incontrata nelle prime fasi di ricerca della tesi, permettono di esaminare titolo, sottotitolo, corpo del testo ed eventuali didascalie alla ricerca di elementi che possono concorrere al framing delle notizie. Parallelamente, la *sentiment analysis* aiuta ad estrarre le informazioni soggettive di un testo. I risultati così ottenuti possono essere confrontati con quelli del visual framing, per verificare

aspetti in comune ed eventuali discrepanze e restituire una panoramica completa del modo in cui un dato fenomeno è trattato dai media.

Può essere utile, inoltre, conoscere l'origine delle immagini raccolte. Si tratta di foto di repertorio, prodotte da agenzie di stampa, o sono proprie del giornale? È presente una didascalia? E se sì, qual è la sua funzione? Descrive l'immagine o approfondisce un aspetto della notizia?

Un approfondimento può riguardare anche il contenitore dell'informazione. Ad esempio, l'analisi accurata di ogni testata giornalistica selezionata può fornire degli *insight* utili alla comprensione dei risultati. Infatti il *frame-building*, una prima fase di costruzione dei frame, riguarda i fattori interni ed esterni che modellano e caratterizzano il lavoro di giornalisti e redazioni e può essere tracciato attraverso lo studio approfondito delle pratiche professionali e della cosiddetta *media logic*.

Infine, dal punto di vista critico-culturale si rende non solo utile ma, soprattutto, doveroso raccogliere quante più testimonianze possibile. Le interviste condotte si configurano come un punto di partenza per una più ampia esplorazione del fenomeno della rappresentazione dell'Islam nei media. È bene assicurare che punti di vista differenti vengano egualmente accolti e raccontati, in modo da poter essere in grado di *vedere l'Islam* e comprenderlo al meglio.

GLOSSARIO

Di seguito sono riportati tutti i termini utilizzati negli schemi di analisi delle immagini e i relativi significati. Tutti i dati, compresi nomi di persone e ruoli che questi rivestono (ad es. politici) si riferiscono al periodo febbraio-marzo-aprile 2017 preso in analisi.

TIPO DI IMMAGINE

- **fotografia:** l'immagine è uno scatto fotografico o, raramente, un fotogramma tratto da un video ed inserito nell'articolo come immagine in evidenza;
- **grafica:** l'immagine è un elaborato grafico, generalmente digitale, o un insieme di elementi grafici. Gli esempi più comuni sono loghi, porzioni di siti web, illustrazioni digitali, fotogrammi video con abbondante grafica in sovrapposizione, copertine di prodotti editoriali, manifesti cinematografici, ritagli di giornali online, infografica, mappe o cartine geografiche;
- **collage:** l'immagine si compone di due o più fotografie; solo i collage le cui fotografie raffigurano soggetti simili o identici sono stati sottoposti ad un'analisi approfondita del contenuto.

SOGGETTO

- **persona:** il soggetto principale dell'immagine è una persona (o più persone);
- **altro:** il soggetto principale dell'immagine è un oggetto, un edificio, un luogo.

GENERE

- **uomo;**
- **donna;**
- **entrambi:** l'immagine raffigura soggetti di entrambi i generi;
- **genere non definito:** non è possibile identificare il genere del soggetto (ad es. a causa dell'abbigliamento militare).

NUMERO

- **singolo:** una sola persona è raffigurata nell'immagine;
- **gruppo:** due o più persone sono raffigurate nell'immagine.

ETÀ

- **bambino:** la persona raffigurata ha un'età, dedotta o descritta nell'articolo, da zero a 11 anni circa e non presenta evidenti tratti puberali;
- **adulto:** la persona raffigurata ha un'età, dedotta o descritta nell'articolo, dai 12 anni in su;
- **età mista:** le persone raffigurate sono sia bambini che adulti;
- **età non definita:** la persona raffigurata ha un'età non deducibile dall'immagine e non descritta nell'articolo.

CONSAPEVOLEZZA DELLO SCATTO

- **consapevole:** il soggetto raffigurato è consapevole della presenza di macchine fotografiche o strumenti affini (ad es. il soggetto è in posa o prende parte ad un dibattito pubblico);
- **inconsapevole:** il soggetto raffigurato appare come estraneo alla presenza di macchine fotografiche o strumenti affini. Tale variabile si applica anche nei casi in cui la fotografia sia costruita artificialmente (con set e attori) ma ciò non è esplicitato in didascalia o nel testo dell'articolo.

RUOLO

- **persona comune:** il soggetto raffigurato è una persona comune, la cui occupazione e appartenenza religiosa non sono specificate;
- **persona comune di religione islamica:** il soggetto raffigurato è una persona comune, la cui occupazione non è specificata e che presenta una o più delle seguenti caratteristiche:
 - l'appartenenza religiosa è dichiarata nella didascalia dell'immagine o nel testo dell'articolo;
 - il soggetto è raffigurato in preghiera o atto di devozione all'interno di un chiaro ambiente religioso islamico, come una moschea.
 - [solo donne] l'abbigliamento comprende il velo islamico, elemento che, nel contesto socio-culturale europeo di oggi, sottolinea l'aderenza alla religione islamica;
 - [solo uomini] tra le immagini raccolte nella presente indagine, l'abbigliamento maschile non si è rivelato elemento discriminante degno di nota. Uomini che indossano vestiario tipicamente islamico (ad es. la *dishdasha*) sono rari o difficili da individuare.
- **lavoratore:** il soggetto raffigurato ha un'occupazione lavorativa (manuale o intellettuale) deducibile dall'immagine o esplicitata in didascalia o nel testo dell'articolo. L'appartenenza religiosa non è definita/deducibile;
- **lavoratore di religione islamica:** il soggetto raffigurato ha un'occupazione lavorativa (manuale o intellettuale) e presenta una o più delle seguenti caratteristiche:
 - la fede islamica è esplicitata nella didascalia dell'immagine o nel testo dell'articolo;
 - [solo donne] l'abbigliamento comprende il velo islamico, elemento che, nel contesto socio-culturale europeo di oggi, sottolinea l'aderenza alla religione islamica.
- **religioso:** il soggetto raffigurato aderisce ad una religione e presenta una delle seguenti caratteristiche:
 - [Cristianesimo] fa parte del clero cristiano cattolico od ortodosso (ad esempio, un prete, un vescovo, il papa, il patriarca);
 - [Islam] è guida spirituale per i musulmani. Comunemente, è un imam.
- **politico:** il soggetto raffigurato detiene una carica politica (ad esempio, sindaco, deputato, ministro, presidente);
- **militare:** il soggetto raffigurato è membro delle forze armate o di polizia;
- **radicalizzato islamista:** il soggetto raffigurato sostiene il fenomeno del terrorismo

di matrice islamica, ma non ha commesso nessun atto terroristico. Ciò è esplicitato nella didascalia dell'immagine o nel testo dell'articolo;

- **terrorista islamista**: il soggetto raffigurato ha commesso un attentato terroristico di matrice islamica. Ciò è esplicitato nella didascalia dell'immagine o nel testo dell'articolo;
- **membro dell'ISIS**: il soggetto raffigurato è, o appare come, un affiliato del sedicente Stato Islamico.

AZIONE

- **azione irrilevante**: il soggetto raffigurato non compie nessuna azione degna di nota (ad es. cammina per strada);
- **posa**: il soggetto raffigurato è ritratto in posa per lo scatto fotografico;
- **conversazione**: i soggetti raffigurati sono ritratti mentre conversano tra loro;
- **manifestazione**: il soggetto raffigurato è ritratto nel corso di una manifestazione pubblica;
- **performance**: il soggetto raffigurato è ritratto mentre compie una performance artistica, sportiva o un'interpretazione cinematografica o teatrale (ad es. attori sul set);
- **preghiera**: il soggetto è raffigurato durante un atto di preghiera;
- **azione militare**: il soggetto raffigurato, di solito un militare, è ritratto nel corso di un'operazione militare (ad esempio, un presidio);
- **violenza**: il soggetto raffigurato sembra compiere o ricevere un atto di violenza fisica.

IDENTITÀ

- **conosciuta**: il nome del soggetto raffigurato è esplicitato nella didascalia dell'immagine o nel testo dell'articolo;
- **sconosciuta**: il nome del soggetto raffigurato non è esplicitato ed il soggetto risulta sconosciuto.

Solo immagini di *cronaca, politica, cultura, cronaca+politica*

VELO ISLAMICO

- **indossa il velo**: la donna (o le donne) raffigurata indossa il velo islamico;
- **alcune indossano il velo**: tra le persone raffigurate, solo una parte di esse indossano il velo islamico;
- **non indossa il velo**: la donna (o le donne) raffigurata non indossa il velo islamico.

Solo immagini di *cronaca, politica, cultura, cronaca+politica*

TIPO DI VELO ISLAMICO

- **hijab**: tutti i veli raffigurati sono hijab;
- **chador**: tutti i veli raffigurati sono chador;
- **niqab**: tutti i veli raffigurati sono niqab;
- **burqa**: tutti i veli raffigurati sono burqa;
- **turbante**: tutti i veli raffigurati sono turbanti;
- **altro velo**: sono raffigurati altri tipi di velo islamico.

Solo immagini di *politica, cronaca+politica*

COLLOCAZIONE POLITICA (deducibile o esplicitata in didascalia o testo dell'articolo)

- **estrema destra:** il soggetto raffigurato aderisce ad un partito politico di estrema destra;
- **destra:** il soggetto raffigurato aderisce ad un partito politico di destra;
- **centro-sinistra:** il soggetto raffigurato aderisce ad un partito politico di centro-sinistra;
- **sinistra:** il soggetto raffigurato aderisce ad un partito politico di sinistra;
- **trasversalismo:** il soggetto raffigurato aderisce ad un partito/movimento politico trasversale (ad es. *Movimento 5 Stelle*);
- **collocazione politica non definita.**

Solo immagini di *religione*

RELIGIONE RAPPRESENTATA

- **Islam:** tutti i soggetti dell'immagine sono dichiaratamente musulmani (ad es. un imam). Ciò è deducibile da elementi dell'immagine o da didascalia o testo dell'articolo;
- **Cristianesimo:** tutti i soggetti dell'immagine sono dichiaratamente cristiani (ad es. il Papa). Ciò è deducibile da elementi dell'immagine o da didascalia o testo dell'articolo;
- **Cristianesimo e Islam insieme:** i soggetti dell'immagine abbracciano religioni differenti (ad es. il Papa insieme ad un imam). Ciò è deducibile da elementi dell'immagine o da didascalia o testo dell'articolo;
- **religione non definita:** l'appartenenza religiosa di almeno uno o più soggetti dell'immagine non è chiara o esplicitata (ad es. il Papa insieme ad un altro soggetto di cui non si conosce la fede religiosa).

Solo immagini di *terrorismo*

PRESENZA DI ARMI

- **armi visibili:** armi di diversa natura (solitamente armi da fuoco) sono visibili nell'immagine;
- **armi non visibili:** nessun arma è visibile nell'immagine;
- **armi non contemplate:** il soggetto raffigurato non è, generalmente, munito di armi (ad es. politici, religiosi, etc.).

BIBLIOGRAFIA

- AA.VV., *Aspettando Averroè*, in "Limes", n. 1 (2018), pp. 7-30.
- AL MANNAN F., SHAMRIR AL-AF S., *The role of Western mainstream media: how Islam is being branded as promoter of violence*, in "International Journal of Social Sciences", vol. 3, n.3 (2017), pp. 424-439. DOI:10.20319/pijss.2017.33.424439.
- ALLEN C., *A review of the evidence relating to the representation of Muslims and Islam in the British media*, Institute of Applied Social Studies, School of Social Policy, University of Birmingham, 2012, pp. 1-18.
- AMZ T., *Dismantling the Stereotypes of Islam, Arab, and Muslim Women in the Visual and Print Media of the Western World*, in "Jurnal Kajian Komunikasi", vol. 2, n. 2 (2014), pp. 148-154. DOI:10.24198/jkk.vol2n2.5.
- BELLINO F., *Per un'etica della comunicazione*, Bruno Mondadori, Milano, 2010.
- BENZEHAF B., *Covering Islam in Western Media: From Islamic to Islamophobic Discourses*, in "Journal of English Language Teaching and Linguistics", vol. 2, n. 1 (2017), pp. 1-11. DOI:10.21462/jeltl.v2i1.33.
- BONFANTINI M.A., BRAMATI J., ZINGALE S., *Sussidiario di semiotica (in dieci lezioni e duecento immagini)*, ATi Editore, Brescia, 2007.
- BORAH P., *Comparing Visual Framing in Newspapers: Hurricane Katrina Versus Tsunami*, in "Newspaper Research Journal", vol. 30, n. 1 (2009), pp. 50-57. DOI:10.1177/073953290903000106.
- BRANTNER C., GEISE S., LOBINGER K., *Fractured Paradigm? Theories, Concepts and Methodology of Visual Framing Research: A Systematic Review*, Annual Conference of the International Communication Association (ICA), Londra, 2013, pp. 1-40.
- BRANTNER C., LOBINGER K., WETZSTEIN I., *Effects of Visual Framing on Emotional Responses and Evaluations of News Stories about the Gaza Conflict 2009*, in "Journalism & Mass Communication Quarterly", vol. 88, n. 3 (2011), pp. 523-540. DOI:10.1177/107769901108800304.
- BRUNO M., *L'Islam immaginato. Rappresentazione e stereotipi nei media italiani*, Guerini e Associati, Milano, 2008.

- CANTRELL ROSAS-MORENO T., HARP D., BACHMANN I., *Framing ideology: How Time magazine represents nationalism and identities through visual reporting*, in "Communication & Society/Comunicación y Sociedad", vol. 26, n. 3 (2013), pp. 1-20.
- CARATTI E., *Progettare tra gli stereotipi. Percorsi di ricerca e artefatti per la comunicazione di genere*, in BAULE G., BUCCHETTI V. (a cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*, FrancoAngeli, Milano, 2012.
- CECCANTI S., *Islam e Stato in Italia*, in "Federalismi.it", n. 19 (2010), pp. 1-8.
- CERVI L., MARTÍNEZ-CERDÁ J.F., *Islam and Europe: The role of media the «Ground Zero Mosque» in Italian and Spanish news Outlets*, I Congreso Comunicación y Educación: Estrategias de alfabetización mediática, 2011, pp. 1-15.
- CIMINO I.P., *Obbligo di registrare la pubblicazione on line quale testata giornalistica*, in "Il Diritto Industriale", n. 3 (2009), pp. 267-274.
- DE VREESE C.H., *News Framing: Theory and Typology*, in "Information Design Journal + Document Design", vol. 13, n. 1 (2005), pp. 51-62. DOI: 10.1075/idjdd.13.1.06vre.
- DOUAI A., *"The Police and the Populace": Canadian Media's Visual Framing of the 2010 G20 Toronto Summit*, in "Canadian Journal of Communication", vol. 39, n. 2 (2014), pp. 175-192. DOI:10.22230/cjc.2014v39n2a2710.
- ENTMAN, R.M., *Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm*, in "Journal of Communication", vol. 43, n. 4 (1993), pp. 51-58. DOI:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
- FAHMY S., *Contrasting visual frames of our times: A framing analysis of English- and Arabic-language press coverage of war and terrorism*, in "the International Communication Gazette", vol. 72, n. 8 (2010), pp. 695-717. DOI:10.1177/1748048510380801.
- GROPPI M., *Brescia, 'capitale islamica' d'Italia*, in "Limes", n. 1 (2018), pp. 159-168.
- HAFEZ K., *The West and Islam in the Mass Media: Cornerstones for a New International Culture of Communication in the 21st Century*, in "ZEI Discussion Papers", C 61, Center for European Integration Studies (2000), pp. 1-23.
- HUANG Y., FAHMY S., *Picturing a journey of protest or a journey of harmony? Comparing the visual framing of the 2008 Olympic torch relay in the US versus the Chinese press*, in "Media, War & Conflict", vol. 6, n. 3 (2013), pp. 191-206. DOI:10.1177/1750635213495601.
- HUNTINGTON S.P., *The Clash of Civilizations?*, in "Foreign Affairs", vol. 72, n. 3 (1993), pp. 22-49. DOI:10.2307/20045621.

- ID., *Lo scontro delle civiltà e il nuovo ordine mondiale*, Garzanti, Milano, 2000.
- HUSSAIN A., *A Critical Discursive Analysis of British Media Representations of Islam and Muslims in the Manchester Evening News*, Manchester Metropolitan University, 2014, pp. 1-18.
- Il Corano*, traduzione di PICCARDO H.R., Newton Compton Editori, Roma, 2014.
- ISHAK S.B.H., SOLIHIN S.M., *Islam and Media*, in "Asian Social Science", vol. 8, n. 7 (2012), pp. 263-269. DOI:10.5539/ass.v8n7p263.
- JOSEPH S., D'HARLINGUE B., *The Wall Street Journal's Muslims: Representing Islam in American Print News Media*, in "Islamophobia Studies Journal", vol. 1, n. 1 (2012), pp. 131-162. DOI: 10.13169/islastudj.1.1.0132.
- KHAN S.B., *The Western Media and Iran's Presidential Election 2009: The visual framing of a green revolution*, in "International Journal of Liberal Arts and Social Science", vol. 1, n. 4 (2013), pp. 11-30.
- LIPPMANN W., *L'opinione pubblica*, Donzelli Editore, Roma, 2004.
- MAKHORTYKH M., SYDOROVA M., *Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine*, in "Media, War & Conflict", vol. 10, n. 3 (2017), pp. 1-23. DOI: 10.1177/1750635217702539.
- MCCOMBS M., *The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion*, University of Texas, pp. 1-21.
- MCQUAIL D., *Sociologia dei media*, Il Mulino, Bologna, 2007.
- PANTTI M., *Seeing and not seeing the Syrian crisis: New visibility and the visual framing of the Syrian conflict in seven newspapers and their online editions*, in "Journalism, Media and Cultural Studies", n. 4 (2013), pp. 1-22. DOI:10.18573/j.2013.10259.
- PARRY K., *A visual framing analysis of British press photography during the 2006 Israel-Lebano conflict*, in "Media, War & Conflict", vol. 3, n. 1 (2010), pp. 67-85. DOI: 10.1177/1750635210353679.
- ID., *Images of liberation? Visual framing, humanitarianism and British press photography during the 2003 Iraq invasion*, in "Media Culture Society", vol. 33, n. 8 (2011), pp. 1185-1201. DOI:10.1177/0163443711418274.
- PIETERSE J.M., *White on Black: Images of Africa and Blacks in Western Popular Culture*, Yale University Press, New Haven (Connecticut), 1992.

- POOREBRAHIM F., ZAREI G.R., *How is Islam Portrayed in Western Media? A Critical Discourse Analysis Perspective*, in "International Journal of Foreign Language Teaching and Research", vol. 1, n. 2 (2013), pp. 45-62.
- REUTERS INSTITUTE, *Digital News Report 2017*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2017.
- RODRIGUEZ L., DIMITROVA D.V., *The levels of visual framing*, in "Journal of Visual Literacy", vol. 30, n. 1, pp. 48-65. DOI:10.1080/23796529.2011.11674684.
- RUNNYMEDE TRUST, *Islamophobia: A Challenge for Us All*, The Runnymede Trust, Londra, 1997.
- SALEM H.B.H., *American Orientalism: How the Media Define What Average Americans Know about Islam and Muslims in the USA*, in "International Journal Of Humanities And Cultural Studies", vol. 2, n. 3 (2015), pp. 1-17.
- SALES I., *A Napoli islam e popolo si fondono*, in "Limes", n. 1 (2018), pp. 135-140.
- SCHEUFELE D.A., TEWKSBURY D., *Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models*, in "Journal of Communication", vol. 57 (2007), pp. 9-20. DOI:10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x.
- SCHWALBE C.B., *Remembering Our Shared Past: Visually Framing the Iraq War on U.S. News Websites*, in "Journal of Computer-Mediated Communication", vol. 12 (2006), pp. 264-289. DOI:10.1111/j.1083-6101.2006.00325.x.
- SCHWALBE C.B., SILCOCK B.W., KEITH S., *Visual Framing of the Early Weeks of the U.S.-Led Invasion of Iraq: Applying the Master War Narrative to Electronic and Print Images*, in "Journal of Broadcasting & Electronic Media", vol. 52, n. 3 (2008), pp. 448-465. DOI:10.1080/08838150802205702.
- SITARU L., *Stereotypes about Islam and media commentators' discourse after 9/11*, in AA.VV., *Romano-Arabica XII*, Editura Universității Din București, Bucarest, 2012, pp. 235-260.
- VIDINO L., *Islam, Islamism, and Jihadism in Italy*, in "Current Trends in Islamist Ideology", vol. 7 (2008), pp. 7-27.
- WISCHMANN L., *Dying on the front page: Kent State and the Pulitzer Prize*, in "Journal of Mass Media Ethics", vol. 2 (1987), pp. 67-74. DOI:10.1080/08900528709358296.
- ZHANG Q., LI K., *On Studies of the Representation of Islam and the Muslims in West Media and Factors behind Misrepresentation*, in "Journal of Education and Culture Studies", vol. 1, n. 1 (2017), pp. 69-92. doi:10.22158/jecs.v1n1p69.

SITOGRAFIA

- AA.VV., *C'è una "invasione" di musulmani in Italia?*, in "Il Post", 18 aprile 2017, ilpost.it/2017/04/18/ce-una-invasione-di-musulmani-in-italia/.
- AA.VV., *Legge 22 maggio 1975, n. 152, Normattiva*, normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1975-05-22;152.
- AA.VV., *Patto nazionale per un Islam italiano*, Ministero dell'Interno, interno.gov.it/it/servizi-line/documenti/patto-nazionale-islam-italiano.
- AA.VV., *Processi di radicalizzazione e jihadismo*, Fondazione ISMU, ismu.org/2017/03/processi-di-radicalizzazione-e-jihadismo/.
- AA.VV., *Quanti sono gli immigrati? Gli italiani non lo sanno*, in "La Stampa.it", 22 marzo 2017, lastampa.it/2017/03/22/vaticaninsider/ita/news/quant-sono-gli-immigrati-gli-italiani-non-lo-sanno-3pqwg7vodtalupphfdnelj/pagina.html.
- AUDIWEB, *Audiweb Trends 2017*, audiweb.it/dati/online-report-audiweb-trends-diffusione-di-internet-in-italia-giugno-2017/.
- ID., *Sintesi dei dati - febbraio 2017*, audiweb.it/dati/disponibili-i-dati-audiweb-database-total-digital-audience-febbraio-2017/.
- ID., *Sintesi dei dati - gennaio 2018*, audiweb.it/dati/disponibili-i-dati-audiweb-database-total-digital-audience-gennaio-2018/.
- BALDESSARRO G., VENTURI I., *Bologna, non vuole indossare il velo e la madre le raso i capelli: sottratta ai genitori. "Aveva i pidocchi"*, in "La Repubblica.it", 31 marzo 2017, URL consultato il 21 febbraio 2018, bologna.repubblica.it/cronaca/2017/03/31/news/ragazza-velo-madre-161871186/.
- CIOCCA F., *Quanti sono i musulmani in Italia? Stime, analisi e proiezioni*, in "Le Nius - si legge come si scrive", 22 agosto 2017, lenius.it/musulmani-in-italia/.
- COREIS, *Comunità Religiosa Islamica Italiana*, coreis.it.
- Design Kit, designkit.org.
- Le religioni in Italia / Massimo Introvigne - Pierluigi Zoccatelli (sotto la direzione di), cesnur.com.

MENONNA A., *La presenza musulmana in Italia*, Fondazione ISMU, 2016, pp. 1-6, ismu.org/2016/07/la-presenza-musulmana-in-italia/.

Runnymede Trust, runnymedetrust.org.

SHEA D., *Brian Kilmeade: 'All Terrorists Are Muslims'*, in "The Huffington Post", 15 ottobre 2010, huffingtonpost.com/2010/10/15/brian-kilmeade-all-terror_n_764472.html.

TONACCI F., *Terrorismo: sgominata cellula jihadista a Venezia: Bomba a Rialto e guadagni il paradiso*, in "La Repubblica.it", 30 marzo 2017, URL consultato il 21 febbraio 2018, repubblica.it/cronaca/2017/03/30/news/terrorismo_bltz_ps-cc_sgominata_cellula_jihadista_a_venezia-161762041/.

U.C.O.I.I., ucoii.org.

Wikipedia, l'enciclopedia libera, it.wikipedia.org.

TESI DI LAUREA

AHMED S., *Media Representation of Islam and Muslim Women in the West*, tesi al Department of Social Sciences, University of Roehampton, 2014.

MEMOLI S., *L'Islam nei Media Italiani*, tesina al Dipartimento di Asia, Africa e Mediterraneo, Università degli Studi di Napoli "L'Orientale", 2015.

PANDOLFI ELMI G., *The Representation of Islam and Muslims in Western Society and Media*, tesi di laurea al Dipartimento di Scienze Politiche, Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli, 2016.

INDICE DELLE FIGURE

- [p. 14] ZACCAGNINI I., *Grande Moschea di Roma*, Paolo Portoghesi, 1984-1995, archiwa-tch.it/2015/01/14/gia-nella-storia/paolo-portoghesi-moschea-roma/.
- [p. 21] (n.d.), *Interno della Grande Moschea di Roma*, Paolo Portoghesi, 1984-1995, farodiroma.it/islam-venerdi-ministro-dellinterno-minniti-alla-grande-moschea-roma/.
- [p. 22] (n.d.), *Musulmani in preghiera*, cnn.com/2016/09/23/us/islamerica-secret-co-sts-islamophobia/index.html
- [p. 29] GOLESTAN H., *Donne manifestano a Teheran contro l'imposizione del velo durante la rivoluzione islamica iraniana*, 8 marzo 1979, rarehistoricalphotos.com/women-protesting-hijab-1979/.
- [p. 30] FABBI F., *L'incantatore di serpenti*, sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2011/old-master-19th-century-european-art-n08715/lot.197.html.
- [p. 37] JHALLY S., *Reel Bad Arabs*, 2006, ijded.com/i/reel-bad-arabs-how-hollywood-vilifies-a-people.154-14603.jpg.
- [p. 40] SORRENTI M., *Halima Aden*, crfashionbook.com/fashion/a9167544/cr-10-halima-aden/.
- [p. 44] CHAVARRI M., *One World Trade Center*, unsplash.com/photos/kZokA2VTKn4.
- [p. 48] LOOPS-OF-FURY, *Wall of Televisions*, loops-of-fury.deviantart.com/art/Wall-of-Televisions-114119454.
- [p. 57] *Daily News*, 27 gennaio 1998, nydailynews.com/news/politics/clinton-denies-affair-monica-lewinsky-1998-article-1.2086468.
- [p. 57] *Daily News*, 18 agosto 1998, whaleoil.co.nz/tag/monica-lewinsky-scandal/.
- [p. 57] *Daily News*, 2 marzo 1999, elleuk.com/life-and-culture/news/a35943/monica-lewinsky-fox-news-nightmare/.
- [p. 60] RIBAUD M./MAGNUM PHOTOS, *Jan Rose Kashmir*, nytimes.com/2016/09/01/world/europe/marc-riboud-photographer-dies.html.

- [p. 64] BASSIGNAC G./GETTY IMAGES, *La statua di Saddam Hussein in piazza Firdos, Baghdad, viene abbattuta durante la guerra in Iraq il 9 aprile 2003*, metro.co.uk/2016/07/06/man-who-brought-down-saddam-statue-says-he-resents-it-5989973/.
- [p. 65] *Newsweek*, 19 aprile 1999.
- [p. 72] SABER H., *Giovani donne protestano in Iran durante la cosiddetta Rivoluzione verde, 17 giugno 2009*, thetower.org/article/dare-say-mullahs-must-go/.
- [p. 74] KOHSAR W./AFP, *Soldati americani durante la guerra in Afghanistan, 2001*, foreignpolicy.com/2015/02/18/our-mission-in-afghanistan-was-doomed-at-the-start-nothing-could-have-saved-it/.
- [p. 76] MURCH B., *Corteo di protesta a Buenos Aires, Argentina, per un Tibet libero, organizzato durante le Olimpiadi di Pechino, 11 aprile 2008*, flickr.com/photos/82439748@N00/2406869686/.
- [p. 77] HENG Q., *La comunità cinese di Canberra, Australia, saluta il passaggio della torcia olimpica durante le Olimpiadi di Pechino, 24 aprile 2008*, houston.china-consulate.org/eng/zt/ljzg/t450122.htm.
- [p. 78] (n.d.) *Men holding smartphones*, videoblocks.com/video/close-up-of-three-business-people-hands-using-their-smart-phones-while-riding-the-elevator-spx-b9o5hptiu89q.
- [p. 94] (n.d.) *Aghnia Adzkia*, ansa.it/lazio/notizie/2017/04/15/si-tolga-il-velo-musulmana-bloccata-in-aeroporto-a-roma_6f9b915c-6271-4542-b0f1-5a-71db309684.html.
- [p. 202] MACDIARMID C., *Membri del Mr. Erbil Gentlemen Club in posa. Il gruppo nasce nel febbraio del 2016 come piattaforma d'influenza sociale con l'intento di diffondere una diversa e positiva immagine dell'Iraq e dei curdi agli occhi del mondo, attraverso moda e fotografia*, nwfashionconference.org/2017/03/06/test/.
- [p. 205] MACMILLAN N., *Shot before the shoot*, unsplash.com/photos/YXemfQiPR_E.
- [p. 206] (n.d.) *Antonio Cuciniello*, facebook.com/antonio.cuciniello.9.
- [p. 206] (n.d.) *Nibras Asfa*.
- [p. 206] (n.d.) *Rania Ibrahim*, facebook.com/rania.s.ahmedibrahim.
- [p. 206] (n.d.) *Mahmoud Asfa*, facebook.com/mahmoud.asfa.9.

- [p. 206] (n.d.) Sherif El Sebaie, [facebook.com/sherifelseba](https://www.facebook.com/sherifelseba).
- [p. 207] (n.d.) Shady Hamadi, [mangialibri.com/interviste/intervista-shady-hamadi](https://www.mangialibri.com/interviste/intervista-shady-hamadi).
- [p. 207] (n.d.) Farid Adly, it.wikipedia.org/wiki/Farid_Adly.
- [p. 207] (n.d.) Sumaya Abdel Qader, [facebook.com/sumaya.abdelqader](https://www.facebook.com/sumaya.abdelqader).
- [p. 207] (n.d.) Karima Moual, [formiche.net/author/karimamoual/](https://www.formiche.net/author/karimamoual/).
- [p. 207] (n.d.) Maryan Ismail, twitter.com/maryanismail3.
- [p. 218] (n.d.) Nibras Asfa.
- [p. 225] (n.d.) Rania Ibrahim, [donnamoderna.com/news/cultura-e-spettacolo/rania-ibrahim-libro-da-leggere-islam-in-love](https://www.donnamoderna.com/news/cultura-e-spettacolo/rania-ibrahim-libro-da-leggere-islam-in-love).
- [p. 233] CALCINAI A., Mahmoud Asfa.
- [p. 241] (n.d.) Sherif El Sebaie, [thewisemagazine.it/2017/02/25/thewise-incontra-she-rif-el-sebaie/](https://www.thewisemagazine.it/2017/02/25/thewise-incontra-she-rif-el-sebaie/)
- [p. 249] (n.d.) Ghali, albne.ws/noizy-bashkepunim-me-reperin-me-fame-boterore-ja-per-ke-behet-fjale-foto/ghali-amdouni-an-italian-rapper-of-tunisian-origin-presents/.
- [p. 250] (n.d.) Nadia Bouzekri, prima donna presidente dei Giovani musulmani d'Italia (GMI), è intervistata da Gad Lerner nel corso della trasmissione *Islam*, Italia andata in onda nel 2016, raiply.it/programmi/islamitalia/.
- [p. 252] BRUNO L./AP PHOTO, Giovani musulmane manifestano a Milano con lo slogan #NotInMyName in seguito agli attentati di Parigi del 13 novembre 2015, [nie-manreports.org/articles/reporting-on-islam/](https://www.nie-manreports.org/articles/reporting-on-islam/).
- [p. 255] (n.d.) Alcuni scatti del XVI Convegno GMI Vita al di là dello Schermo organizzato a inizio 2018 a Lignano Sabbiadoro dai Giovani Musulmani d'Italia, [facebook.com/GiovaniMusulmanidItaliaGMI/](https://www.facebook.com/GiovaniMusulmanidItaliaGMI/)

IMMAGINI DI CRONACA [pp. 112-113]

- [a] ilgiornale.it/news/cronache/velate-botte-violenza-nome-dellislam-1386477.html
- [b] quotidiano.net/cronaca/islam-testa-rasata-1.3004198
- [c] liberoquotidiano.it/news/italia/12349133/pavia-ragazza-14-anni-sottratta-famiglia-islamica-frustata-troppo-occidentale.html
- [d] huffingtonpost.it/2017/03/01/belpietro-bastardi-islamici-copertina-libero_n_15077410.html
- [e] quotidiano.net/cronaca/donne-musulmane-1.3009086
- [f] ilsussidiario.net/news/cronaca/2017/3/17/muhammad-alfredo-infibulazione-per-le-figlie-e-percosse-alla-moglie-video-il-barese-convertito-all-islam/754790/
- [g] huffingtonpost.it/2017/03/31/a-bologna-adolescente-rifiuta-il-velo-la-famiglia-la-rasa-a-zer_a_22019889/
- [h] avvenire.it/attualita/pagine/pavia-14enne-marocchina-frustata-dai-parenti
- [i] avvenire.it/attualita/pagine/15enne-picchiata-dal-padre-per-il-velo
- [j] corriere.it/cronache/17_aprile_02/rasata-zero-il-velo-due-indagini-3d05bb2a-171e-11e7-8391-fba9d6968946.shtml?refresh_ce-cp
- [k] ilfattoquotidiano.it/2017/03/31/bologna-14enne-scuola-con-la-testa-rasata-ha-rifutato-il-velo-genitori-denunciati-allontanata-dalla-famiglia/3488708/
- [l] roma.corriere.it/notizie/cronaca/17_febbraio_19/ricco-libanese-imponeva-corano-figli-dovete-essere-integralisti-7d537d92-f695-11e6-92e0-c5629d7a7635.shtml
- [m] lastampa.it/2017/04/02/italia/cronache/nessuna-punizione-lho-rasata-solo-perch-aveva-i-pidocchi-Umlg3meg2Zzy1m45regn5J/pagina.html
- [n] avvenire.it/attualita/pagine/ragazza-rifiuta-il-velo-famiglia-le-rasa-i-capelli
- [o] agi.it/cronaca/ragazza_bologna_rasata_velo_scuola-1638690/news/2017-03-31/
- [p] ilgiornale.it/news/cronache/padova-denuncia-miss-ahlam-el-brinis-offesa-classe-davanti-1386025.html
- [q] liberoquotidiano.it/news/italia/12345038/bologna-ragazzina-famiglia-islamica-rasata-per-punizione-tolta-a-mamma-e-papa.html
- [r] ilmanifesto.it/sedicenne-marocchina-viene-tolta-alla-famiglia-mi-picchiano/
- [s] ilrestodelcarlino.it/bologna/cronaca/rasata-velo-1.3005957
- [t] firenze.repubblica.it/cronaca/2017/04/11/news/siena_ragazzina_rifiuta_il_velo_e_il_padre_la_picchia-162737785/
- [u] ilrestodelcarlino.it/bologna/cronaca/velo-islamico-1.3017476
- [v] ilfattoquotidiano.it/2017/04/09/islam-picchiate-perche-rifutano-velo-veneto-15enne-comunita-na-poli-28enne-allospedale-10-giorni-3-casi/3511057/
- [w] ilmattino.it/primopiano/cronaca/vicentina-sposa-islam-velo-schiava-stupro-2253296.html
- [x] ilrestodelcarlino.it/ravenna/cronaca/non-porta-velo-1.3036241
- [y] ilrestodelcarlino.it/bologna/cronaca/rasata-velo-1.3007115

IMMAGINI DI POLITICA [pp. 124-125]

- [a] huffingtonpost.it/2017/02/02/accordo-islam-italia_n_14572256.html
- [b] fanpage.it/la-lega-nord-propone-la-legge-anti-islam-divieto-di-velo-in-pubblico-e-reato-di-sharia/
- [c] ilgiornale.it/news/politica/islam-calderoli-presenta-ddl-reato-sharia-e-contro-velo-1368918.html
- [d] liberoquotidiano.it/news/politica/12341288/chiara-appendino-banche-finanza-islamica-torino-.html
- [e] tgcom24.mediaset.it/cronaca/emilia-romagna/bimba-rasata-a-bologna-minniti-non-tolleriamo-le-imposizioni-_3064741-201702a.shtml
- [f] corriere.it/cronache/17_febbraio_02/intesa-viminale-comunita-islamiche-nasce-patto-l-islam-italiano-a1391154-e911-11e6-9abf-27281e0d6da4.shtml
- [g] ilfoglio.it/l-italia-vista-dagli-altri/2017/02/09/news/religione-islam-verso-il-riconoscimento-ufficiale-in-italia-119404/
- [h] ilfoglio.it/politica/2017/03/23/news/attentato-londra-isis-stefano-parisi-ucouii-fuorilegge-islam-126841/
- [i] fanpage.it/la-difesa-e-sempre-legittima-il-25-aprile-di-salvini-a-verona/
- [j] milano.corriere.it/notizie/cronaca/17_marzo_25/al-jazeera-palazzo-marino-forte-presenza-inquietante-f4dea630-1142-11e7-8518-37eb22c51aa5.shtml
- [k] ilgiornale.it/news/cronache/fronda-dei-convertiti-allislam-litalia-musulmana-agli-1369054.html
- [l] ilgiornale.it/news/politica/intesa-governo-islamici-registro-dei-predicatori-e-s-donne-1358566.html
- [m] ilpost.it/2017/04/18/ce-una-invasione-di-musulmani-in-italia/
- [n] lastampa.it/2017/04/06/italia/cronache/patto-con-islam-nasce-il-fronte-dei-musulmani-laici-M9k-29QvziSzLbPk4EeKF5M/pagina.html
- [o] liberoquotidiano.it/news/personaggi/12360743/islamica-pd-attacca-libero.html
- [p] agi.it/politica/la_sicurezza_secondo_minniti-1676034/news/2017-04-12/
- [q] ilgiornale.it/news/cronache/salvini-su-terrorismo-islamico-bergoglio-nega-evidenza-1365544.html
- [r] liberoquotidiano.it/news/politica/12316435/marco-minniti-intervista-piano-immigrazione-clandestini-terrorismo-islamico.html
- [s] ilgiornale.it/news/cronache/islam-provocazione-i-terroristi-vanno-sepolti-pelli-animali-1388284.html
- [t] tgcom24.mediaset.it/politica/viminale-mercoledì-firma-del-patto-nazionale-per-un-islam-italia-no_3054539-201702a.shtml
- [u] ilpost.it/2017/03/07/lega-nord-accordo-cooperazione-russia-unita-putin/
- [v] liberoquotidiano.it/news/politica/12357093/daniela-santanche-fonda-suo-partito-noi-repubblicani.html
- [w] ansa.it/sito/notizie/cronaca/2017/02/01/islam-patto-minniti-associazioni_e736d63c-883f-47fb-bfdb-183bdba4e426.html
- [x] gds.it/2017/04/02/rasata-per-aver-rifutato-il-velo-minniti-chi-vive-in-italia-deve-rispettare-le-no-stre-leggi_648452/
- [y] repubblica.it/solidarieta/immigrazione/2017/04/07/news/nasce_il_primo_think_tank_dei_musulmani_italiani-162460224/

IMMAGINI DI CULTURA [pp. 138-139]

- [a] huffingtonpost.it/2017/02/23/halima-aden-modella-sfila-con-velo-islamico-milano-fashion-week_n_14958584.html
- [b] adnkronos.com/magazine/moda/2017/02/23/dal-campo-profughi-alle-passerelle-halima-prima-modella-che-sfila-con-velo_ISOMCebKbMAbmlCUh0P1jN.html
- [c] affaritaliani.it/politica/palazzo-potere/io-oriana-parla-magdi-allam-472497.html
- [d] agi.it/economia/nike_hijab_atlete_musulmane_sport-1562090/news/2017-03-08/
- [e] ansa.it/canale_lifestyle/notizie/moda/2017/02/22/halima-con-il-velo-in-passerella-messaggio-positivo-di-bellezza-e-diversita_4c09a5f7-d4de-11e7-8470-00505695d1bc.html
- [f] corriere.it/spettacoli/17_aprile_03/tre-amiche-arabe-la-voglia-ribellarsi-un-destino-segnato-44a52e66-17d1-11e7-99e2-7e57c7b2999b.shtml
- [g] tvblog.it/post/1450052/operai-gad-lerner-torna-in-seconda-serata-su-rai3-dal-7-maggio-basta-talk
- [h] ansamed.info/ansamed/it/notizie/rubriche/politica/2017/04/14/sociologa-siriana-italia-puo-essere-mo-dello-integrazione_661acbe3-21d0-4dbc-a5ea-c45445078140.html
- [i] corriere.it/spettacoli/17_marzo_01/musulmani-ebrei-cattolici-scuola-tolleranza-le-fe-di-9d4b22a6-fe94-11e6-844d-f8ea6c2a643b.shtml
- [j] ansa.it/lifestyle/notizie/societa/integrazione/2017/04/21/il-fondamentalista-riluttante-hamid-il-futuro-e-nella-mescolanza_16982316-0b49-44aa-ad73-c6431628f9bb.html
- [k] ilsussidiario.net/News/Calcio-e-altri-Sport/2017/3/11/KAREEM-ABDUL-JABBAR-L-inventore-del-gancio-cielo-in-Italia-lo-piu-forte-di-Jordan-Dico-che-11-marzo-/753565/
- [l] milano.corriere.it/foto-gallery/cronaca/17_marzo_12/bicicletta-il-velo-diritti-donne-islamiche-milano-51ba9ae4-0748-11e7-96f4-866d1cd6e503.shtml?refresh_ce-cp
- [m] avvenire.it/agora/pagine/banlieue-saphia-azzedine
- [n] globalist.it/sport/articolo/2017/03/08/nike-lancia-pro-hijab-ecco-il-velo-sportivo-per-le-atlete-musulmane-212878.html
- [o] corriere.it/sport/17_marzo_08/hijab-hi-tech-nike-le-atlete-musulmane-52ffb02c-03d5-11e7-9858-d74470e8bbec.shtml
- [p] ansa.it/piemonte/notizie/2017/03/06/il-sogno-del-califfo-ciak-in-piemonte_c788304a-738e-4bad-9532-532414261a35.html
- [q] ilpost.it/2017/03/08/nike-hijab/
- [r] corriere.it/esteri/17_marzo_15/03-esteri-documentohcorriere-web-sezioni-f15da-7ca-08f2-11e7-ad7d-ff5901e5d6f1.shtml
- [s] milano.corriere.it/notizie/cronaca/17_marzo_19/boxe-ragazze-il-velo-088bd15c-0c35-11e7-a9ee-e-937d2fc7af8.shtml
- [t] lastampa.it/2017/02/16/cultura/tuttolibri/tahar-ben-jelloun-cari-bambini-i-terroristi-non-vanno-in-paradiso-Z9x6iM9akgfg6lg6xM7CBK/pagina.html
- [u] donna.fanpage.it/chi-e-halima-aden-la-modella-che-sfila-con-lo-hijab/
- [v] milano.repubblica.it/cronaca/2017/03/09/news/milano_bicicletta_donne_musulmane-160135813/
- [w] tg24.sky.it/mondo/2017/03/08/nike-pro-hijab.html
- [x] lastampa.it/2017/04/02/cultura/la-mia-lotta-per-le-donne-dentro-al-mondo-islamico-ocMV2Sc-qk9k9VobahpmGHL/pagina.html
- [y] lastampa.it/2017/02/07/italia/cronache/la-difficile-scelta-di-non-credere-FP4siAVTSR2PISLYS1J-dO/pagina.html

IMMAGINI DI RELIGIONE [pp. 146-147]

- [a] quotidiano.net/cronaca/foto/santa-maria-josefa-1.2907364
- [b] avvenire.it/papa/pagine/papa-francesco-si-rechera-in-egitto-dal-28-al-29-aprile
- [c] ansa.it/sito/notizie/topnews/2017/04/27/papa-egitto-per-dialogo-islam-moderato_9d832a92-d5b7-4332-a4fa-c8a14685c46c.html
- [d] ansa.it/sito/notizie/cronaca/2017/04/28/papa-parte-per-legitto-oggi-a-al-azhar_617c17de-05f3-4e8b-b18b-6f34e885424e.html
- [e] liberoquotidiano.it/news/esteri/12370826/imam-ahmed-al-tayeb-tutte-le-religioni-rifutano-terrorismo-anche-islam.html
- [f] avvenire.it/papa/pagine/papa-francesco-egitto-con-bartolomeo-e-tawadros-ecumenismo
- [g] lastampa.it/2017/03/19/vaticaninsider/ita/commenti/il-papa-e-islam-il-dialogo-riparte-dallegitto-UP-tbv16pCjUv8vTW6xTiLO/pagina.html
- [h] liberoquotidiano.it/news/italia/12308798/souad-sbai-papa-francesco-terrorismo-islamico-esiste.html
- [i] tg24.sky.it/mondo/2017/03/29/attentato-londra-papa-francesco-incontrera-quattro-imam_.html
- [j] lastampa.it/2017/03/14/vaticaninsider/ita/nel-mondo/c-un-islam-illuminato-che-anche-grato-a-papa-francesco-URxVSHhXaoLtTXQyWnI6pK/pagina.html
- [k] lastampa.it/2017/04/10/esteri/i-terroristi-non-fanno-differenza-tra-musulmani-e-cristiani-YKTPCID-GB6K6e9zH4pSN4K/pagina.html
- [l] ilsussidiario.net/News/Cronaca/2017/4/22/LA-SANTA-IGNOTA-Papa-Francesco-non-so-il-suo-nome-ma-ci-guarda-dal-cielo-Ecco-chi-e/760771/
- [m] lastampa.it/2017/02/25/esteri/la-conoscenza-vera-dellislam-lantidoto-al-radicalismo-h50qmlEvExKy-g2Xtou9weO/pagina.html
- [n] avvenire.it/papa/pagine/il-papa-incontra-le-famiglie-alle-case-bianche-chi-sono
- [o] ilssole24ore.com/art/mondo/2017-04-29/meglio-non-credenti-che-ipocriti-unico-estremismo-ammesso-e-carita-111412.shtml
- [p] lastampa.it/2017/03/18/vaticaninsider/ita/vaticano/il-papa-in-egitto-ad-aprile-un-viaggio-ecumenico-e-interreligioso-kZbD0diAjnMBiQQr0vhVIN/pagina.html
- [q] milano.corriere.it/foto-gallery/cronaca/17_aprile_15/pace-solidarieta-preghiera-interreligiosa-city-angels-stazione-centrale-0b2d448e-21d1-11e7-807d-a69c30112ddd.shtml
- [r] ilssole24ore.com/art/notizie/2017-04-22/papa-francesco-tanti-campi-rifugiati-sono-concentramento-185447.shtml
- [s] lastampa.it/2017/02/13/edizioni/asti/limam-di-asti-convive-con-i-padri-giuseppini-lintegrazione-possibile-NBYVw3FaUmchH5mFYQTynK/pagina.html
- [t] ilsussidiario.net/News/Cronaca/2017/4/29/Papa-Francesco-in-Egitto-Diretta-streaming-video-incontro-col-Patriarca-copto-sangue-martiri-ci-unisce-/761807/

IMMAGINI DI TERRORISMO [pp. 156-157]

- [a] ilsussidiario.net/News/Cronaca/2017/3/23/I-predicatori-pro-Isis-Video-Italia-e-Uk-diventeranno-Stato-Islamico-/755810/
- [b] ansa.it/puglia/notizie/2017/04/12/terrorismoderadicalizzazione-per-42enne_405345d9-734a-48f2-83bb-f2d5d38a4208.html
- [c] lastampa.it/2017/02/27/italia/cronache/terrorismo-i-giudici-fatima-determinata-a-compiere-attentati-ldsgL6veaERrVc7yEW1NFN/pagina.html
- [d] lastampa.it/2017/03/23/italia/cronache/terrorismo-cellula-jihadista-smantellata-dalla-procura-di-perugia-osCltJe7xgwWOZNxus16yM/pagina.html
- [e] liberoquotidiano.it/news/esteri/12354949/isis-smentisce-papa-vogliamo-cristiani-tutti-morti-nome-al-lah-terrorismo-islamico-jihadisti.html
- [f] ilfattoquotidiano.it/2017/02/25/terrorismo-due-tunisini-espulsi-uno-era-presente-tra-i-contatti-telefonici-di-amri/3416296/
- [g] blitzquotidiano.it/politica-mondiale/terrorismo-dal-kosovo-al-ponte-rialto-la-jihad-allevato-protetto-2662078/
- [h] milano.repubblica.it/cronaca/2017/02/14/news/terrorismo_isis_pugile_condannato_milano-158273826/
- [i] ilsussidiario.net/News/Cronaca/2017/2/1/TERRORISTA-CHE-RIDE-Chi-e-Annamaria-Fontana-napolitana-musulmana-che-vende-armi-all-Isis-e-irride-gli-agenti-durante-l-arresto/745711/
- [j] adnkronos.com/fatti/cronaca/2017/02/09/bari-inneggiava-attentati-parigi-sorveglianza-speciale-per-albanese_4PG9QFQ9K157Oc3J5hKNGI.html
- [k] ilfattoquotidiano.it/2017/04/13/terrorismo-foreign-fighter-condannato-a-8-anni-a-milano-dalla-siria-propaganda-e-proselitismo/3521049/
- [l] huffingtonpost.it/2017/04/24/marocchino-arrestato-a-torino-per-terrorismo-il-gip-alto-ri-sc_a_22053494/
- [m] ilsole24ore.com/art/notizie/2017-03-22/terrorismo-italia-rischio-altissimo-moltiplicata-vigilanza-192856.shtml
- [n] lastampa.it/2017/02/28/italia/cronache/gli-italia-pi-esposta-al-terrore-islamico-siamo-minacciati-dai-lupi-solitari-dellisis-9JUgJUaLeoK85k5fRsMSI/pagina.html
- [o] lastampa.it/2017/04/24/cronaca/arrestato-a-torino-sospetto-terrorista-devoto-allisis-e-molto-pericoloso-soTOarEOggHmYlZaQLjgQJ/pagina.html
- [p] lastampa.it/2017/03/31/italia/cronache/facciamo-esplosione-rialto-e-ci-guadagniamo-il-paradiso-la-cellula-jihadista-di-veneziam-h1hnIQ9jGBR5BMtQB6FFNL/pagina.html
- [q] liberoquotidiano.it/news/italia/12367086/torino-parla-fratello-italiano-mouner-al-aoual-terrorista-arrestato.html
- [r] lastampa.it/2017/03/26/edizioni/vercelli/marocchino-espulso-per-motivi-di-sicurezza-abitava-a-santi-cjTKi9MaiNAfOL1TIFhk5K/pagina.html
- [s] lastampa.it/2017/03/24/italia/cronache/roma-scatta-lallerta-terrorismo-ma-fanno-pi-paura-i-black-bloc-kK06n1S9UxBE9nHQbTbpAL/pagina.html
- [t] iltempo.it/cronache/2017/04/28/news/isis-un-arresto-e-un-espulsione-a-brindisi-contatti-con-amri-1027690/
- [u] liberoquotidiano.it/news/italia/12339121/terrorismo-italia-luttwak-007-servizi-segreti-attentati-minniti-.html
- [v] ilmessaggero.it/primopiano/cronaca/terrorismo_espulsi_due_tunisini_uno_contatto_amri-2281872.html
- [w] rainews.it/dl/rainews/articoli/terrorismo-viminale-espulsi-2-tunisini-uno-stato-contatto-amri-48c542b8-23a3-44d0-8e94-dee0d29c2179.html

IMMAGINI DI CRONACA+POLITICA [pp. 164-165]

- [a] ansa.it/toscana/notizie/2017/04/25/islamnardellano-polemica-moschea-con-renzimia-era-ipotesi_42c-c27bb-386b-445e-82e6-c5e4815aac47.html
- [b] ansa.it/sito/notizie/politica/2017/03/14/nardella-visita-centro-islamico-firenze_0276c912-0e13-45dc-a9ce-4e58113eaa1b.html
- [c] bergamo.corriere.it/notizie/cronaca/17_marzo_25/centro-islamico-sprona-giunta-gori-sulla-moschea-tempo-passi-concreti-bergamo-38bd2f7e-113a-11e7-8518-37eb22c51aa5.shtml
- [d] ilgiornale.it/news/politica/benvenuto-islamico-papa-facci-avere-moschea-1378899.html
- [e] ansa.it/toscana/notizie/2017/04/25/islam-renzi-no-tecnico-a-moschea-firenze-in-ex-caserma_1b-c6f72e-30fd-4da7-934c-3e9010b6c6c4.html
- [f] corrierefiorentino.corriere.it/firenze/notizie/cronaca/17_marzo_15/firenze-l-idea-sindaco-nardella-moschea-nell-ex-caserma-gonzaga-95ecb20e-095c-11e7-952d-19093d858d07.shtml
- [g] bergamo.corriere.it/notizie/cronaca/17_aprile_11/fs-cede-spazi-stazione-comune-ipotesi-islamicici-due-passi-binari-3714e578-1ea9-11e7-a4c9-e9dd4941c19e.shtml
- [h] corrierefiorentino.corriere.it/firenze/notizie/cronaca/17_marzo_14/firenze-nardella-visita-moschea-piazza-ciampi-ffe07d6c-08e4-11e7-a2f8-89e56bbdf810.shtml
- [i] milano.corriere.it/notizie/cronaca/17_marzo_20/sala-la-moschea-vorrei-farla-ma-regole-regione-non-aiutano-336f38c0-0d91-11e7-a60b-8fc97ae3c91d.shtml
- [j] ilgiornale.it/news/milano/regione-moschea-sesto-irregolare-1371291.html
- [k] ilgiornale.it/news/cronache/moschea-mestre-ora-islamici-vogliono-bloccare-citt-1384950.html
- [l] milano.repubblica.it/cronaca/2017/03/11/news/milano_locali_non_adeguati_parte_l_ordine_di_chiusura_per_tre_centri_di_culto-160286083/
- [m] brescia.corriere.it/notizie/cronaca/17_marzo_13/grande-moschea-brescia-arrivano-aperture-anche-destra-189f7a98-07c2-11e7-b69d-139aae957b51.shtml
- [n] milano.repubblica.it/cronaca/2017/02/20/news/milano_centri_islamici_lombardia-158770673/
- [o] firenze.repubblica.it/cronaca/2017/04/26/news/gonzaga_nardella_non_molla_no_alla_moschea_si_al_ramadan_-163937381/
- [p] ilgiornale.it/news/milano/moschee-e-quote-profughi-minniti-visita-futura-mecca-1390770.html
- [q] milano.repubblica.it/cronaca/2017/03/20/news/milano_moschea_sala_legge_regione-160996645/
- [r] firenze.repubblica.it/cronaca/2017/04/14/news/caso_moschea_imbarazzante_viviamo_sullo_stesso_territorio-162931447/
- [s] ilgiornale.it/news/milano/palme-moschea-islamici-alzano-posta-1365253.html
- [t] ilmessaggero.it/roma/cronaca/roma_moschea_chiusa_vigili-2277966.html
- [u] brescia.corriere.it/notizie/cronaca/17_marzo_11/qatar-pronto-finanziare-moschea-alla-fiera-925ee480-062e-11e7-8fe9-ed973c8b5d6a.shtml
- [v] corrierefiorentino.corriere.it/firenze/notizie/cronaca/17_aprile_10/moschea-nardella-conferma-l-idea-caserma-gonzaga-0eb06298-1dfe-11e7-aad8-285bd4d8d788.shtml
- [w] corrierefiorentino.corriere.it/firenze/notizie/cronaca/17_marzo_16/moschea-si-all-ex-gonzaga-l-imam-apre-scandicci-frena-62ac7f2c-0a25-11e7-9718-54242f5b589b.shtml
- [x] ilgiornale.it/news/milano/giunta-vuole-moschea-zona-no-scalo-farini-1383113.html
- [y] ilgiornale.it/news/politica/milano-altro-che-centri-islamici-moderati-scelti-due-leader-1362535.html

IMMAGINI UE DI POLITICA [pp. 180-181]

- [a] agi.it/estero/voto_olanda_elezioni_geert_wilders_mark_rutte-1585465/news/2017-03-15/
- [b] ilfattoquotidiano.it/2017/03/15/elezioni-olanda-urne-aperte-occhi-puntati-su-wilders-lultimo-comizio-maometto-pedofilo-islam-minaccia/3452456/
- [c] ilfattoquotidiano.it/2017/04/28/germania-primo-via-libera-al-divieto-del-velo-integrale-per-i-dipendenti-pubblici/3549316/
- [d] liberoquotidiano.it/news/esteri/12343172/austria-governo-vieta-burqa-circolazione-corano.html
- [e] blitzquotidiano.it/politica-mondiale/svezia-femministe-al-governo-contro-trump-ma-con-il-velo-in-visita-a-teheran-2637408/
- [f] avvenire.it/mondo/pagine/germania-burqa
- [g] avvenire.it/mondo/pagine/francia-le-pen-se-vinco-le-elezioni-uscire-da-nato-e-ue
- [h] blitzquotidiano.it/opinioni/riccardo-galli-opinioni/velo-islamico-diciamola-tutta-al-lavoro-si-puo-vietare-anche-la-croce-2652938/
- [i] liberoquotidiano.it/news/esteri/12330279/geert-wilders-l-uomo-che-vuole-fermare-i-turchi.html
- [j] tgcom24.mediaset.it/mondo/foto/gb-la-premier-theresa-may-rompe-il-protocollo-ed-entra-in-arabia-saudita-senza-velo_3010635-2017.shtml
- [k] linkiesta.it/it/article/2017/03/06/olanda-al-voto-il-nazionalismo-ha-gia-vinto-anche-se-perde/33458/
- [l] ilmanifesto.it/sui-campi-elisi-volano-gli-avvoltoi/
- [m] liberoquotidiano.it/news/esteri/12340155/olanda-partito-islamico-denk-integrazione-accettazione.html
- [n] liberoquotidiano.it/news/esteri/12348972/theresa-may-arabia-saudita-emiro-senza-copricapo.html
- [o] lastampa.it/2017/03/14/esteri/vietare-il-velo-al-lavoro-non-discriminatorio-YbBFjzoeA7sq9A-3LAH8R3H/pagina.html
- [p] ilsussidiario.net/News/Cronaca/2017/4/22/DIETRO-L-ATTENTATO-A-PARIGI-L-Isis-Le-Pen-e-quell-odore-di-servizi-segreti/760685/
- [q] iltempo.it/cronache/2017/03/14/news/le-aziende-possono-vietare-alle-proprie-dipendenti-di-indossare-il-velo-islamico-1026431/
- [r] lastampa.it/2017/02/18/esteri/olanda-wilders-lancia-la-campagna-elettorale-via-la-feccia-marocchina-TS8WVHGZnUISYJNvVxNQbP/pagina.html
- [s] ilpost.it/2017/03/14/sentenza-corte-europea-divieto-velo-islamico/

IMMAGINI UE DI TERRORISMO [pp. 190-191]

- [a] liberoquotidiano.it/news/esteri/12334162/orly-i-servizi-francesi-conoscevano-il-terrorista-zyed-ben-belgacem.html
- [b] rainews.it/dl/rainews/articoli/Londra-altri-due-arresti-importanti-Il-killer-Masood-conosciuto-comme-Adrien-lo-insegnante-b757066c-75ff-4d92-b1cf-6168ff41697d.html
- [c] agi.it/estero/attacco_parigi_champs_elysees_terrorismo_isis_presidenziali_voto-1704861/news/2017-04-21/avvenire.it/mondo/pagine/quel-primo-simbolo-della-democrazia-pi-antica
- [d] blitzquotidiano.it/cronaca-europa/lisis-minaccia-la-spagna-e-ora-cerca-traduttori-di-spagnolo-2637768/
- [f] liberoquotidiano.it/news/esteri/12339230/attentatore-londra-khalid-masood-.html
- [g] quotidiano.net/esteri/francia-rischio-attentati-1.3047355
- [h] globalist.it/world/articolo/214815/attacco-isis-sugli-champs-elyses-morto-un-poliziotto-e-l-039-aggressore.html
- [i] globalist.it/world/articolo/214422/bombe-contro-il-bus-del-borussia-arrestato-un-iracheno-legato-all-isis.html
- [j] tgcom24.mediaset.it/mondo/attentato-parigi-corano-e-manifesti-isis-nell-auto-del-killer-il-califfato-cio-che-verra-sara-peggio-_3067815-201702a.shtml
- [k] lettera43.it/articoli/mondo/2017/03/22/attacco-a-westminster-i-cinque-indizi-del-terrore/209441/
- [l] tgcom24.mediaset.it/mondo/attentato-stoccolma-media-in-camion-trovata-borsa-con-esplosivo_3065750-201702a.shtml
- [m] liberoquotidiano.it/news/esteri/12337786/abu-izzadeen-terrorista-londra-carcere.html
- [n] ilpost.it/2017/04/21/attacco-champs-elysees-parigi/
- [o] lastampa.it/2017/03/22/esteri/londra-spari-fuori-dal-parlamento-ucciso-un-uomo-con-un-coltello-ybDzUrmatORM57AGbzeWm/pagina.html
- [p] ilfattoquotidiano.it/2017/04/27/londra-27enne-arrestato-vicino-il-parlamento-scotland-yard-aveva-due-coltelli-preparava-azione-terroristica/3547865/
- [q] lastampa.it/2017/04/18/esteri/francia-candidati-avvertiti-di-rischio-attentati-due-fermati-a-marsiglia-preparavano-attacco-1hZ0cAsX16MtwBiExCB0PK/pagina.html
- [r] corriere.it/esteri/17_aprile_20/parigi-attentato-champs-elysees-chi-era-aggressore-ucciso-islamico-radicalizzato-rischio-attacchi-d85af474-2609-11e7-83cc-292021888e47.shtml
- [s] ilsussidiario.net/News/Cronaca/2017/4/8/Stoccolma-camion-sulla-folla-Attentato-Svezia-ultime-notizie-uomo-alla-guida-ancora-in-fuga/758525/

INDICE DEI GRAFICI

- [p. 81] Cambiamenti nell'utilizzo dei principali media in Italia
- [p. 81] Accesso ad internet in Italia, giugno 2017
- [p. 83] Ricerca del termine "Islam" negli anni 2015, 2016 e 2017 su Goolge Italia (riela-
borazione dati Google Trends)
- [p. 87] Catalogazione preliminare dei dati
- [p. 88] Catalogazione dei dati per macrocategorie
- [p. 97] Articoli / numero di articoli raccolti pubblicati tra il 1° febbraio 2017 e il 30
aprile 2017
- [p. 98] Articoli e testate
- [p. 101] Articoli / categorie per i primi 4 quotidiani online per numero di articoli pubblicati
- [p. 104] Immagini / percentuale complessiva di uomini e donne
- [p. 104] Immagini / percentuale di uomini e donne per categoria
- [p. 108] Cronaca / articoli e testate
- [p. 109] Cronaca / posizione delle keyword
- [p. 110] Cronaca / genere delle persone
- [p. 110] Cronaca / immagini / persone / donne
- [p. 111] Cronaca / varianti di velo islamico
- [p. 116] Politica / articoli e testate
- [p. 117] Politica / posizione delle keyword
- [p. 118] Politica / genere delle persone
- [p. 118] Politica / ruolo delle persone
- [p. 120] Politica / immagini / persone / persone comuni di religione islamica
- [p. 121] Cronaca / varianti di velo islamico
- [p. 122] Politica / immagini / persone / politici
- [p. 128] Cultura / articoli e testate
- [p. 129] Cultura / posizione delle keyword
- [p. 130] Cultura / articoli / opere discusse
- [p. 131] Cultura / articoli / interviste
- [p. 132] Cultura / immagini / persone
- [p. 133] Cultura / genere delle persone
- [p. 134] Cultura / immagini / persone / donne
- [p. 134] Cultura / varianti di velo islamico
- [p. 136] Cultura / immagini / persone / uomini
- [p. 142] Religione / articoli e testate
- [p. 143] Religione / posizione delle keyword
- [p. 144] Religione / immagini / persone / Papa Francesco
- [p. 144] Religione / genere delle persone
- [p. 145] Religione / ruolo delle persone
- [p. 150] Terrorismo / articoli e testate
- [p. 151] Terrorismo / posizione delle keyword

- [p. 152] Terrorismo / immagini / uomini
- [p. 152] Terrorismo / genere delle persone
- [p. 153] Terrorismo / azioni delle persone
- [p. 154] Terrorismo / immagini / altro
- [p. 160] Cronaca+politica / articoli e testate
- [p. 161] Cronaca+politica / posizione delle keyword
- [p. 162] Cronaca+politica / immagini / uomini
- [p. 162] Cronaca+politica / genere delle persone
- [p. 168] UE / articoli e testate
- [p. 170] UE / immagini / percentuale di uomini e donne per categoria
- [p. 174] UE / politica / articoli e testate
- [p. 175] UE / politica / posizione delle keyword
- [p. 176] UE / politica / immagini / persone / persone comuni di religione islamica
- [p. 176] UE / politica / genere delle persone
- [p. 176] UE / politica / ruolo delle persone
- [p. 177] UE / politica / varianti di velo islamico
- [p. 178] UE / politica / immagini / persone / politici
- [p. 184] UE / terrorismo / articoli e testate
- [p. 185] UE / terrorismo / posizione delle keyword
- [p. 186] UE / terrorismo / immagini / uomini
- [p. 186] UE / terrorismo / genere delle persone
- [p. 187] UE / terrorismo / azioni delle persone
- [p. 188] UE / terrorismo / immagini / altro
- [p. 201] Differenze ed elementi in comune tra lo studio di Bruno (2008) e la presente
analisi di visual framing

Ringrazio la tipografia *SEF* di Massimiliano Mainardi per la stampa
via Giuseppe Candiani, 124, 20158 Milano