

REC

09:20

# ISIS NEGLI OCCHI

ANDREA CERON

*L'articolo esamina i risultati dell'analisi di oltre 26 milioni di tweet in lingua araba, condotta attraverso una tecnica di sentiment analysis supervisionata, che fornisce una stima del livello di sostegno nei confronti dell'Isis tra le comunità arabe attive online. I risultati mostrano come, nel momento di massima espansione dell'organizzazione jihadista, l'elemento religioso abbia giocato un ruolo chiave sia tra i sostenitori che tra gli oppositori, tanto che il sentiment positivo cala significativamente in presenza di attacchi contro imam e moschee dissidenti.*

L'espansione e il crollo del cosiddetto Stato Islamico sono certamente da annoverare tra gli eventi geopolitici salienti degli ultimi anni, sia riguardo al dibattito politico quotidiano sia rispetto all'attenzione suscitata nei media. Non a caso, durante la campagna elettorale in vista delle elezioni presidenziali del 2016, il futuro presidente degli Stati Uniti, Donald Trump, fece più volte riferimento alla necessità di una nuova strategia antiterrorismo volta a colpire l'Isis, promettendo di sconfiggere l'ideologia del radicalismo islamico legata al terrorismo<sup>1</sup>. Le relative notizie hanno occupato un posto rilevante anche nell'agenda mediatica e, ancor prima dell'ondata di attentati terroristici avvenuti in varie città europee, in Occidente i tradizionali canali d'informazione – come giornali e televisioni – hanno dedicato attenzione al tema per molteplici e diverse ragioni. L'interesse dei media è, almeno in parte, da ricondurre: alla rapida espansione militare dell'Isis, all'ostentata crudeltà riservata a civili e prigionieri di guerra<sup>2</sup>; all'innovativo stile comunicativo adottato<sup>3</sup>.

Già in passato diversi gruppi terroristici, anche islamici, si sono occupati delle modalità di comunicazione, cercando di fomentare l'interesse dei media al fine di diffondere le loro idee, suscitare sostegno e fare proseliti.

1. BRANDS – FEAVER 2017.

2. KRAIDY 2017.

3. FARWELL 2014.

03/12/14

CAM



Da questo punto di vista basti ricordare l'esempio di Al Qaeda che era solita registrare e inviare messaggi video alla rete televisiva Al-Jazeera<sup>4</sup>. L'Isis ha però agito diversamente e, sotto certi aspetti, si è spinta oltre. Anziché affidarsi all'intermediazione dei media tradizionali, è stato il primo gruppo terroristico a utilizzare in modo massivo internet e, in particolare, i social media (Twitter su tutti) per diffondere in modo diretto e non mediato i propri comunicati e messaggi. Diventa perciò importante analizzare la comunicazione effettuata via social e la reazione della Rete, per comprendere fino a che punto il messaggio dell'Isis abbia fatto presa nelle menti e nei cuori dei suoi destinatari.

### TERRORISMO E OPINIONE PUBBLICA

Misurare il polso dell'opinione pubblica in tema di sostegno al terrorismo è importante, non solo per chi si occupa di osservare l'opinione pubblica o la comunicazione, ma anche per studiosi e analisti interessati a monitorare il livello delle minacce terroristiche e a raccogliere informazioni per poter intervenire mediante contromisure mirate ed efficaci. Per molti anni, l'esame della relazione tra opinione pubblica e terrorismo è stata demandata ai tradizionali sondaggi anche se, come vedremo, l'avvento dei social media ha parzialmente modificato lo scenario rendendo utile e proficuo l'utilizzo delle nuove fonti di dati digitali disponibili. L'idea di misurare il sostegno al terrorismo attraverso sondaggi è infatti problematica sotto diversi punti di vista, soprattutto quando si tratta di indagare gli orientamenti in paesi non democratici o parzialmente tali, in cui i cittadini possono avere riserve a esprimere sincere idee quando posti di fronte a un questionario. Problemi per certi aspetti simili, legati, ad esempio, alla 'spirale del silenzio' e a ragioni di desiderabilità sociale, possono tuttavia emergere anche in paesi democratici, tanto da spingere a non rispondere ai sondaggi o a non esprimere i propri convincimenti. Questo aspetto di desiderabilità sociale può assumere peculiare rilevanza quando si parla di sostegno al terrorismo, anche per paura di ritorsioni. A queste problematiche vanno aggiunte quelle strutturali legate alla realizzazione stessa del sondaggio. I crescenti costi e le difficoltà dei sondaggi nel generare campioni rappresentativi rendono ancor più complesso analizzare l'opinione pubblica nei paesi arabi, ma anche in quelli occidentali, senza considerare che quest'ultimo aspetto possa essere ancor più sentito qualora s'intenda rilevare non le con-

4. KLAUSEN 2015.

vinzioni di tutti i cittadini, ma solo quella di un piccolo sottoinsieme; è il caso, ad esempio, delle comunità arabe nei paesi europei per le quali, anche in conseguenza dei flussi migratori (regolari o irregolari), diventa difficile determinare l'entità stessa (popolazione) da cui estrarre il campione rappresentativo. Alla luce di queste difficoltà, non c'è da stupirsi se i sondaggi relativi al tema del terrorismo, realizzati da diversi istituti di ricerca nel corso degli ultimi anni, abbiano offerto risultati talvolta sorprendenti e inconsistenti. Quando si confrontano, al grado di aggregato per paese, i livelli medi di sostegno al terrorismo, si finisce per non osservare alcuna correlazione nei valori registrati dalle diverse survey, realizzate, tra gli altri, dal Pew Research Center<sup>5</sup>, da Arab Barometer<sup>6</sup> o dal gruppo World Public Opinion<sup>7</sup>. Ad esempio, la percentuale media di chi giustifica gli attacchi suicidi in sei paesi arabi, secondo un sondaggio effettuato nel 2013 dal Pew Research Center, non è significativamente correlata con la percentuale di chi considera gli Stati Uniti come un giusto bersaglio dei terroristi secondo i dati di un sondaggio Arab Barometer, realizzato sempre nel 2013 negli stessi sei paesi. Analogamente, troviamo una correlazione nulla e non statisticamente significativa quando confrontiamo dati di due sondaggi realizzati nel 2009 dal Pew Research Center (in cui si chiedeva quanti non giustificassero in alcun modo gli attacchi terroristici) e dal World Public Opinion (in cui si chiedeva quanti disapprovassero gli attentati terroristici). Ma anche i dati di uno stesso centro di ricerca possono sembrare talvolta in contraddizione tra loro. Troviamo un nesso di segno addirittura opposto a quello atteso (seppure, ancora una volta, non statisticamente significativo) quando compariamo i dati di un'indagine condotta su quattro paesi nel 2007 e nel 2009 dal World Public Opinion, in merito a chi disapprovasse gli attentati. All'interno dei singoli paesi, questi dati mostrano una grande variabilità. A seconda del sondaggio, la percentuale di chi esprime un determinato grado di sostegno al terrorismo islamico varia dal 17% al 48% in Egitto, dal 9% al 54% in Marocco e addirittura dal 40% all'83% in Palestina. Se qualche dato interessante e consistente sembra comunque emergere, rimane evidente la necessità di cercare fonti che siano maggiormente in grado di offrire uno spaccato delle opinioni su un tema così delicato come quello del terrorismo.

5. <<http://www.pewresearch.org/>> [05-10-2018].

6. <<http://www.arabbarometer.org/>> [05-10-2018].

7. <<http://worldpublicopinion.org/>> [05-10-2018].





## MISURARE LE OPINIONI ONLINE: LA SENTIMENT ANALYSIS

Da questa prospettiva, le tracce digitali di dati prodotte dagli utenti tramite l'utilizzo dei social media (pensiamo a Twitter o Facebook) offrono una possibilità del tutto nuova di investigare temi socialmente e politicamente rilevanti attraverso l'osservazione di convinzioni 'non filtrate'. In effetti, i commenti che vengono pubblicati online sui social, pur non essendo necessariamente rappresentativi dei sentimenti della popolazione di un certo paese, sono nondimeno cruciali perché permettono di analizzare idee non sollecitate, espresse in modo proattivo da un frammento particolare dell'opinione pubblica, ossia dalla sua parte più attiva o propensa ad attivarsi. Questo aspetto, combinato con il parziale anonimato offerto dalla Rete – che permette agli utenti di esprimersi in modo più sincero, con meno vincoli legati alla desiderabilità sociale – rende i commenti pubblicati sui social media decisamente utili per studiare le opinioni sia su temi sensibili, come uso di droghe, orientamenti sessuali, comportamenti devianti, sia su temi socio-politici piuttosto controversi, come l'immigrazione e il razzismo, l'estremismo politico e il sostegno al terrorismo. Non è un caso, dunque, che anche in tema di conflitti e terrorismo i social media siano stati utilizzati come fonte di dati. Si va dallo studio del conflitto di Gaza nel 2008-2009 all'analisi dell'antiamericanismo e delle reazioni legate a episodi di terrorismo in Occidente, o al legame tra sentimenti di odio verso i musulmani e il grado di radicalizzazione degli account islamici su Twitter<sup>8</sup>.

Per esaminare le opinioni espresse online è stata utilizzata una tecnica di *sentiment analysis* supervisionata, l'*integrated sentiment analysis* (iSA)<sup>9</sup>, semiautomatizzata, che prevede un doppio stadio. Nel primo, uno o più codificatori umani classificano un piccolo sottoinsieme di testi (*training set*) e li taggano attribuendo a ciascuno un sentiment o un'opinione su un determinato tema. Analogamente è possibile classificare anche le motivazioni sottese a ciascuna idea, qualora queste siano esplicitamente espresse. Tale fase di supervisione umana permette di superare alcuni limiti tipici delle tecniche di *sentiment analysis* più tradizionali basate su dizionari ontologici.

Nel secondo stadio, infatti, l'algoritmo iSA utilizza i contenuti del training set per apprendere quale tipo di linguaggio venga impiegato da chi esprime determinati convincimenti. In tal modo l'algoritmo

8. Cfr. rispettivamente ZEITZOFF 2011; JAMAL ET AL. 2015; MITTS 2017.

9. Per i dettagli metodologici, cfr. CERON ET AL. 2016.

riesce a misurare (in aggregato) la distribuzione delle diverse opinioni nell'intera popolazione di testi. Questa tecnica supervisionata permette di massimizzare l'accuratezza dell'indagine e cogliere le diverse sfumature del linguaggio (neologismi, linguaggio retorico o gergale), riuscendo anche a distinguere e, quando necessario, ignorare, i commenti ironici (un aspetto non banale se pensiamo a quanto inizialmente l'Isis abbia utilizzato sui social media forme d'ironia mostrando, ad esempio, i propri combattenti intenti ad accarezzare dei gatti). L'iSA permette di produrre stime accurate delle opinioni espresse in Rete – l'errore medio si aggira intorno all'1-3%, mentre quello delle tradizionali tecniche di sentiment automatizzato può arrivare fino al 20% – e a misurare non solo il sentiment (opinione favorevole o contraria sul tema in oggetto), ma anche le motivazioni che hanno concorso alla formazione di quel giudizio (positivo o negativo che sia).

## IL SOSTEGNO ALL'ISIS SU TWITTER

Per indagare il sostegno all'Isis online e le motivazioni legate a tali giudizi sono stati scaricati da Twitter 26,2 milioni di tweet in lingua araba, pubblicati tra il 1° luglio 2014 e la fine di gennaio 2015 (con una media di circa 128.000 al giorno). La ricerca è stata condotta nel momento di massima espansione territoriale del cosiddetto Stato Islamico, prima che questo rafforzasse la strategia di commettere attentati in Occidente (i primi attacchi con eco globale, avvenuti a Parigi, risalgono infatti al gennaio 2015). In quest'arco temporale, la censura attuata da Twitter nei confronti degli account a favore era ancora decisamente limitata, e questo ci permette di cogliere i reali rapporti di forza esistenti online tra sostenitori e oppositori. La fase di codifica manuale è stata realizzata da tre codificatori umani di madrelingua araba. L'algoritmo ha poi permesso di effettuare l'indagine sull'intero insieme di testi misurando, in aggregato, le opinioni delle comunità arabe attive online. I risultati indicano che, nell'intero periodo considerato, la percentuale di sostegno rimane relativamente minoritaria. In aggregato, tra coloro che esprimono un'opinione, circa il 25% dei tweet in arabo riporta un sentiment positivo mentre il rimanente 75% è invece critico. Il dato è relativamente stabile nel corso dei mesi, anche se si nota qualche leggera variazione temporale. È interessante osservare come questo livello di sostegno al terrorismo sia analogo a quello emerso in studi relativi ad altri episodi di terrorismo islamico avvenuti a Londra o negli Stati Uniti durante la Maratona di Boston<sup>10</sup>.

10. JAMAL ET AL. 2015.

Accanto al sentiment, un aspetto sicuramente interessante riguarda le motivazioni di sostegno o critica. Da questo punto di vista, tra chi apertamente twittava in favore, il 36,9% riteneva che l'Isis stesse contribuendo a difendere l'islam; a questi si aggiungeva un 12,1% di commenti che approvavano l'idea di riunificare l'islam attraverso il califfato, mentre il 17,1% apprezzava il tentativo di fare *state building*, creando un'unità territoriale statale in un'area che, nella fase in esame, appariva ingovernabile. Tra le altre motivazioni di sostegno troviamo un 25,8% di commenti diretti a fare proselitismo, mentre in quella fase solo una quota limitata (8,1%) vedeva l'Isis come una reazione contro l'Occidente. Molto interessanti sono anche le ragioni di chi esprime sentiment negativo: tra questi, il 36,6% individuava un uso strumentale e scorretto della religione islamica; il 32,3% disapprovava i modi efferati e violenti utilizzati, mentre il 5,3% criticava in modo esplicito la scelta di ricorrere al terrorismo. Infine, il 19% vedeva lo Stato Islamico come un regime in cui nessuna libertà fondamentale, di pensiero, associazione, ma anche religiosa, potesse essere garantita, mentre il 6,8% lo riteneva strutturalmente inadatto a governare e portare stabilità in Medio Oriente.

Questa prima analisi, più qualitativa, mette in evidenza come, tra la fine del 2014 e l'inizio del 2015, l'elemento religioso abbia svolto un ruolo preponderante nello strutturare e nel polarizzare le opinioni degli arabi attivi su Twitter rispetto al tema dell'Isis. Gli aspetti religiosi sono, infatti, la principale motivazione di sostegno, ma rappresentano anche la prima voce di critica tra chi si opponeva a esso, proprio in virtù del fatto che stesse strumentalizzando la religione solo per raggiungere i propri scopi. Questo dato emerge anche guardando nel dettaglio ad alcuni emblematici tweet pubblicati online e, di seguito, tradotti in italiano. Tra questi, troviamo alcuni sostenitori dichiarare che: «Loro combattono lo Stato Islamico perché odiano la sharia»; o chiedersi: «Perché odiate i soldati dello Stato Islamico? A chi vi sentite più vicini, a Bush o all'Isis? Se ci odiate, non credo che siate sunniti, probabilmente siete sciiti». Tra i critici, invece, c'è chi sostiene: «Sono tiranni che hanno deturpato l'islam facendogli indossare la maschera di un barbaro mostro».

Questa evidenza è confermata anche da un più sistematico studio statistico. Attraverso un modello di regressione, possiamo infatti cercare di capire quali variabili producano un aumento o una diminuzione giornaliera del sentiment positivo rispetto all'Isis.



Esaminando l'intero periodo temporale notiamo che nei giorni in cui vengono colpite moschee rivali o imam dissidenti il sentiment positivo cala drasticamente<sup>11</sup>. In quella fase, dunque, le conversazioni in arabo sui social media raccontano di come il dibattito pro o contro fosse acceso in primis all'interno dello stesso mondo islamico.

In questa ottica, i social possono rivelarsi un'arma a doppio taglio per i terroristi: da un lato, permettono di effettuare una propaganda diretta, esente dal filtro dei mass media; dall'altro, possono rendere questi gruppi terroristi più vulnerabili perché li espongono anche a critiche dirette da parte degli oppositori che possono mobilitarsi e screditarne l'azione, soprattutto quando vengono colpiti determinati target<sup>12</sup>. Nel caso dell'Isis, questo avveniva puntualmente quando le vittime degli attacchi erano musulmani dissidenti.

In conclusione, analizzare le opinioni espresse online, su temi sensibili o controversi come il terrorismo, può certamente facilitare la comprensione del fenomeno e fornire indicazioni utili per l'adozione di strategie di contrasto che puntino a screditare i gruppi eversivi facendo leva su argomentazioni e spunti forniti spontaneamente dalla stessa platea, a cui questi si rivolgono allo scopo di fare proseliti e di suscitare consenso. In tale ottica, le informazioni e le tracce di dati digitali disponibili sui social media possono agevolare il compito di conquistare i cuori e le menti degli individui, stimolando una reazione che limiti il sostegno al terrorismo



11. Per i dettagli, cfr. CERON ET AL. 2018.

12. FARWELL 2014.

#### BIBLIOGRAFIA

- H. BRANDS – P. FEAVER, *Trump and terrorism. U.S. strategy after Isis*, «Foreign Affairs» XCVI (2017) 2, pp. 28-36.
- A. CERON ET AL., *iSA: A fast, scalable and accurate algorithm for sentiment analysis of social media content*, «Information Sciences» CCCLXVII-CCCLXVIII (2016) 1, pp. 105-124.
- A. CERON ET AL., *Isis at its apogee: the Arabic discourse on Twitter and what we can learn from that about Isis support and Foreign Fighters*, «Sage Open» (2018) doi: 10.1177/2158244018789, pp. 1-14.
- J.P. FARWELL, *The media strategy of Isis*, «Survival» LVI (2014) 6, pp. 49-55.
- A.A. JAMAL ET AL., *Anti-Americanism and anti-interventionism in Arabic twitter discourses*, «Perspectives on Politics» XIII (2015) 1, pp. 55-73.
- J. KLAUSEN, *Tweeting the Jihad: Social media networks of western foreign fighters in Syria and Iraq*, «Studies in Conflict & Terrorism» XXXVIII (2015) 1, pp. 1-22.
- M.M. KRAIDY, *The projectilic image: Islamic State's digital visual warfare and global networked affect*, «Media, Culture & Society» XXXIX (2017) 8, pp. 1194-1209.
- T. MITTS, *From isolation to radicalization: Anti-Muslim hostility and support for Isis in the West*, Social Science Research Network, Rochester 2017.
- T. ZEITZOFF, *Using social media to measure conflict dynamics: An application to the 2008-2009 Gaza conflict*, «The Journal of Conflict Resolution» LV (2011) 6, pp. 938-969.