



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E PSICOLOGIA
APPLICATA

CORSO DI LAUREA IN COMUNICAZIONE

**Fact-checking e debunking nell'era del digitale: argomentare
efficacemente contro la disinformazione. Caso Covid-19.**

Relatore:

Ch.mo Prof. Bruno Mastroianni

Laureando:

Sara Volpin

Matricola n. 1224152

ANNO ACCADEMICO 2021- 2022

INDICE

INTRODUZIONE	3
1. CAPITOLO 1: DEBUNKING E FACT CHECKING COME RISPOSTA ALLA DISINFORMAZIONE DIGITALE	
1.1 <i>Fact-checking</i> : origini ed evoluzioni.....	5
1.2 <i>Debunking</i> : dal passato a oggi.....	7
1.3 L'evoluzione della disinformazione e il sovraccarico informativo.....	9
1.4 Engagement e caos informativo.....	12
1.5 Soluzioni adottate dai principali social network.....	15
1.6 Metodi e strumenti di verifica contro la disinformazione.....	19
2. CAPITOLO 2. LA POLARIZZAZIONE E L'IMPORTANZA DELL'ARGOMENTAZIONE	
2.1 <i>Debunking</i> : argomentare contro la disinformazione.....	24
2.2 Perché ci si crede? democrazia epistemica e post-verità.....	27
2.3 Social media e polarizzazioni: il ruolo di <i>echo chambers</i> e <i>filter bubbles</i>	29
2.4 Cospirazionismo, polarizzazione e fake news.....	32
2.5 È tutta colpa di internet?.....	35
2.6 Cosa non fare con le <i>fake news</i>	37
2.7 Argomentazione digitale efficace nell'era delle polarizzazioni.....	41
3. CAPITOLO 3. CASO COVID-19	
3.1 Contesto informativo odierno e conseguenti vulnerabilità: caso Covid-19....	45
3.2 Narrazioni sui vaccini Covid-19.....	49
3.3 <i>Debunking e fact-checking</i> in tempo di pandemia.....	54
3.4 Vaccini Covid-19, <i>echo chambers</i> e metodi per fronteggiare la disinformazione.....	58
3.5 Argomentare contro la disinformazione sul vaccino Covid-19.....	61
CONCLUSIONE	64
BIGLIOGRAFIA	66
SITOGRAFIA	71

INTRODUZIONE

Con lo sviluppo tecnologico e la costante crescita dei mezzi di comunicazione, potenziata soprattutto dal web, si è verificata una conseguente crescita della circolazione di *fake news*, che tramite internet possono essere proposte da chiunque e a chiunque. Queste, anche se hanno da sempre accompagnato ogni epoca, pervadono quella attuale in maniera maggiormente consistente a causa del sovraccarico informativo che consegue all'evoluzione tecnologica.

Le *fake news* sono pericolose perché possono cambiare la percezione della realtà e influenzare le opinioni delle persone, anche su tematiche rilevanti, quali la pandemia globale di Covid-19 attorno alla quale sono venute a formarsi molteplici teorie fuorvianti che hanno creato forti divisioni tra i cittadini.

Oggi, il mondo dell'informazione, per far fronte a ciò, fa sempre più ricorso alle figure dei *fact-checkers* e dei *debunkers*, i compiti principali dei quali riguardano la verifica della veridicità delle notizie e delle informazioni che circolano, l'analisi del contesto, del contenuto e dell'attendibilità delle loro fonti. Proprio attorno a queste figure professionali verte l'argomento centrale di questa tesi, il cui obiettivo riguarda l'analisi dell'utilità del lavoro svolto da *debunker* e *fact-checker* contro la disinformazione e lo studio di metodi alternativi da poter adottare nel caso in cui la loro attività non si rivelasse efficace nel far comprendere l'erroneità delle informazioni messe in circolazione da determinati individui o gruppi di persone. Lo studio si propone in particolare di ipotizzare un allargamento di prospettiva per chi si occupa di disinformazione: non basta avere solamente conoscenze fondate e saper riconoscere e individuare le informazioni inattendibili, ma bisogna anche tentare di arrivare e dialogare con chi è più restio a cambiare idea.

Le motivazioni che stanno alla base della scelta di questa tematica derivano dalla ancora purtroppo attuale situazione di pandemia mondiale, e alle innumerevoli *fake news* e teorie del complotto circolate a riguardo che hanno messo a rischio la vita e la salute di molte persone a causa della disinformazione. Il fenomeno delle notizie false è da sempre esistito, ma la pandemia è stata un esempio di come queste possano condurre a danni realmente gravi e rilevanti. Per questo è importante focalizzarsi sullo studio della

comunicazione anche dal punto di vista della disinformazione, studiando modalità efficaci per comunicare anche in tempi di crisi e anche con chi non è sempre disposto a cambiare il proprio punto di vista, anche quando è errato.

La tesi è articolata in tre capitoli: nel primo capitolo verranno trattate le origini e le evoluzioni del *fact-checking* e del *debunking*, analizzandone i campi di applicazione, i contesti nei quali operano, illustrando le principali tecniche adottate per fronteggiare il problema della disinformazione nel digitale. Nel secondo capitolo verranno affrontate le dinamiche che si creano quando si entra in contatto con informazioni non attendibili, i rischi che un *debunking* troppo aggressivo può comportare quando si interagisce con soggetti polarizzati e l'argomentazione digitale più adatta a comunicare con chi è rinchiuso nella propria bolla informativa. Nel terzo capitolo, infine, si vedrà nel pratico come il fenomeno della disinformazione ha influito durante il periodo di pandemia Covid-19 e come la comunicazione nei tempi di crisi, se fatta utilizzando alcuni accorgimenti argomentativi, possa migliorare le possibilità di influenzare in modo costruttivo il comportamento delle persone. Si tratta di una strategia di comunicazione che punta ad arrivare anche agli utenti più polarizzati e ad aprire maggiori possibilità di ascolto anche a chi non sembrava volerlo fare, aiutando a porsi delle domande in più.

La prospettiva del presente lavoro, quindi, vuole essere pratica, cioè suggerire possibili nuovi elementi che possano ispirare le future strategie di comunicazione di chi si occupa di lotta alla disinformazione, in un percorso che sappia attingere alle risorse che provengono dalla teoria e dalla pratica dell'argomentazione applicata alle dinamiche digitali.

CAPITOLO 1

FACT-CHECKING E DEBUNKING COME RISPOSTA ALLA DISINFORMAZIONE DIGITALE

Negli ultimi anni, con il dilagare di notizie false e non verificate online, si è provato a definire delle strategie difensive.

In questo capitolo si passeranno in rassegna le origini e le evoluzioni del *fact-checking* e del *debunking*, analizzando le funzioni di queste mansioni e come sono cambiate e si sono adattate ai nuovi mezzi d'informazione e all'evoluzione della società. Verranno analizzati i differenti campi di applicazione delle due professioni, i modi e i contesti nei quali operano, a partire dagli anni passati fino ad arrivare ai giorni nostri, con i conseguenti cambiamenti tecnologici e sociali.

Si affronterà la tematica delle *fake news* e della disinformazione: queste pervadono la nostra epoca digitale in maniera più consistente e rapida rispetto al passato a causa del sovraccarico informativo derivato dall'evoluzione tecnologica. Verranno infine illustrate le principali tecniche adottate da *debunkers* e *fact-checkers* per far fronte a questa problematica, dalle più classiche alle più innovative, illustrandone le funzionalità, ma anche i limiti da dover fronteggiare.

1.1 FACT-CHECKING: ORIGINI ED EVOLUZIONI

Il *fact-checking* trova le sue origini in ambito editoriale a partire dagli anni '20 del secolo scorso, negli Stati Uniti¹.

Si inizia a parlare di *fact-checking* come una specializzazione a sé in ambito editoriale con la nascita di un nuovo tipo di giornale, le riviste illustrate, una forma innovativa di stampa periodica che aveva lo scopo di informare i lettori, attraverso brevi articoli, sui fatti

¹ S. Maistrello, *Fact checking. Dal giornalismo alla Rete*, Milano, Apogeo, 2013.

del mondo. In quegli anni nascono alcune delle testate ancora oggi più conosciute al mondo, come il Time (1923) e il New Yorker (1925).

In particolare, il Time è il primo settimanale americano di attualità, e proprio qui viene a crearsi l'esigenza di investire nella precisione e nell'accuratezza delle notizie. Nacque qui il primo dipartimento di *fact-checking* in una redazione, dedicato al controllo di tutti i fatti e le notizie contenute negli articoli. All'epoca era considerato un lavoro poco prestigioso, minuzioso e poco gratificante, che per anni fu riservato alle donne. Il lavoro consisteva nel leggere in maniera accurata l'articolo da pubblicare, appuntarsi i fatti che avevano bisogno di un'ulteriore verifica e, attraverso il materiale consegnatogli dall'autore, verificare e correggere i dati precedentemente appuntati. Questo lavoro poteva durare settimane, a volte mesi.

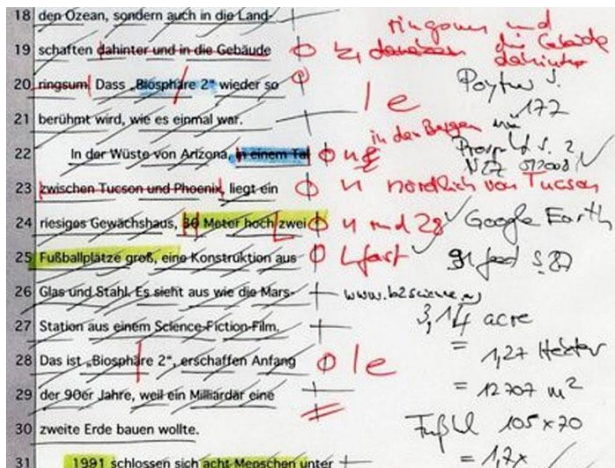


FIG 1: manoscritto dopo il controllo documentale: ogni fatto verificato è barrato. Foto: SPIEGEL ONLINE

Negli anni '90, però, inizia un periodo di crisi per l'editoria: nascono nuovi media e si moltiplicano i mezzi d'informazione, nasce Internet e con esso aumentano vertiginosamente i contenuti a disposizione. Il giornalismo periodico deve reinventarsi e puntare maggiormente sulla velocità pubblicando contenuti di più stretta attualità. La rapidità di pubblicazione è difficilmente compatibile con i tempi del *fact-checking* e, a metà degli anni '90, si verificano i primi tagli al budget che si ripercuotono principalmente sugli addetti al controllo notizie, figure utili ma eccessivamente costose.

In seguito a ciò, una ricerca condotta dallo studioso statunitense Scott R. Maier, pubblicata il 1° settembre 2005, riporta “un tasso di imprecisione tra i più alti riportati in quasi settant'anni di ricerca sull'accuratezza”:

*A survey of 4,800 news sources cited in fourteen newspapers provides a cross-market assessment of newspaper accuracy and the effect of errors on newspaper credibility. Sources found errors in 61% of local news and feature stories, an inaccuracy rate among the highest reported in nearly seventy years of accuracy research. Newspaper credibility, as perceived by news sources, significantly declined in relation to frequency and severity of errors. Inaccuracy negatively affected source willingness to cooperate with the press. Subjective errors were considered most egregious, suggesting that how a story is conveyed is at least as important as getting the facts straight.*²

Ciò non significa che il *fact-checking* abbia sempre impedito qualsiasi tipo di errore e scandalo, ma ne ha sicuramente ridotto la frequenza e la rilevanza.

Il lavoro del *fact-checker*, infatti, prevede un'analisi completa dell'intero articolo, verificandone la correttezza, la completezza e la coerenza. In particolare, ha il compito di assicurare:

- l'esattezza dei nomi, delle date, dei luoghi e numeri riportati;
- l'affidabilità delle fonti;
- la mancanza di imprecisioni e di contraddizioni;
- l'assenza di conflitti di interesse nelle posizioni assunte dall'autore e che, in caso, siano esplicitate in modo trasparente;
- il pieno rispetto delle linee editoriali.

Oggi sono ben poche le testate che dispongano di un reparto apposito di *fact-checking*, al contrario, è un lusso per poche testate di grande spessore.

Tale fatto è strettamente connesso con l'esplosione del web, ma è proprio grazie a quest'ultimo che il *fact-checking* incontra una sua rinnovata funzione.

1.2 DEBUNKING: DAL PASSATO A OGGI

Il *debunking* viene definito come “opera di demistificazione e confutazione di notizie o affermazioni false o antiscientifiche, spesso frutto di credenze, ipotesi, convinzioni, teorie ricevute e trasmesse in modo acritico”³.

Il *debunking* è una pratica di origini antiche. La connotazione moderna del termine nasce dal giornalista e scrittore americano William Woodward che nel suo libro, pubblicato nel 1923, utilizza per la prima volta il termine *debunk* come lo si intende oggi (il prefisso

² R. Maier, “Accuracy Matters: A Cross-Market Assessment of Newspaper Error and Credibility”, Sage Journals, 82:3, 2005, p.533.

³ Cfr. Voce “Debunking” del vocabolario Treccani online in www.treccani.it/vocabolario/debunking, visitato il 01/06/2022.

de come significato di “rimuovere” e *bunk*, usato nel linguaggio colloquiale inglese come “fandonia”), vale a dire l’atto di smascherare la falsa ed esagerata natura di una bufala⁴.

Un importante esponente in questo campo è stato il matematico statunitense Martin Gardner (1914-2010), uno dei più importanti *debunker* di teorie pseudoscientifiche e di illusionismo. Il matematico offre un interessante spunto sull’etimologia della parola “*debunking*”, che afferma venga usata come termine peggiorativo dai difensori delle dottrine cospiratorie per screditare i critici⁵.

In origine il *debunking*, infatti, si applicava maggiormente in campo scientifico, in quanto erano frequenti le nascite di pseudo teorie cospiratorie di fronte a nuove tesi scientifiche. La figura del *debunker* operava anche in materie religiose, fenomeni paranormali e teorie del complotto.

Oggi, però, il *debunker* opera principalmente sul mondo dell’informazione: il suo compito principale è quello di verificare l’attendibilità delle fonti, dopo averne messo in dubbio il contenuto. La figura del *debunker* si collega quindi automaticamente al fenomeno delle *fake news*, che al giorno d’oggi, con l’utilizzo del web a portata di tutti, è diventato un fenomeno sempre più crescente e rilevante.

L’attività di *debunking* è concentrata nelle fasi del processo comunicativo, analizzando in primis la notizia e il contesto in cui si forma, per poi verificarne il contenuto e le fonti in modo da poter risalire alle origini della notizia e, infine, smascherarne le manipolazioni.

Si può evincere quindi come le figure del *debunkers* e del *fact-checkers* si trovino sulla stessa linea, come se fossero due facce della stessa medaglia, infatti, i due termini sono spesso associati, ma non sono sinonimi.

Quando si pratica il *debunking* si presuppone la falsità della notizia in analisi e si lavora affinché questa venga smascherata, mentre il *fact-checking* è neutro rispetto ai fatti narrati e lavora affinché tutto ciò che viene pubblicato sia verificato, potendo portare anche ad una conferma dei fatti.

È solo quando il *fact-checking* svela un errore che può diventare funzionale al *debunking*.

⁴ W. E. Woodward, *Bunk*, Harper & Brothers, New York, Harper & Bros, 1923.

⁵ M. Gardner, *Did Adam and Eve Have Navels?: Debunking Pseudoscience*, New York, WW Norton & Co, 2001.

1.3 L'EVOLUZIONE DELLA DISINFORMAZIONE E IL SOVRACCARICO INFORMATIVO

C'è preoccupazione in tutto il mondo per la diffusione delle notizie false e la possibilità che possano influenzare il benessere politico, economico e sociale.

Le *fake news* sono sempre esistite e sono state numerosissime nel corso della storia.

Oggi, però, con la diffusione della rete la situazione è cambiata: chiunque sia dotato di una connessione ad Internet può procurarsi rapidamente, e senza grandi sforzi, informazioni e notizie su qualsiasi argomento. Grazie al Web, come afferma Fabio Paglieri nel suo libro “la disinformazione felice”⁶, le notizie tendono oggi a diffondersi in maniera globale come mai era successo prima, superando i confini locali e raggiungendo strati sempre più ampi della popolazione. Ciò può essere un’arma a doppio taglio: da un lato offre la possibilità a molte più persone di informarsi su diversi argomenti, dall’altro il non dover fare fatica conduce ad una possibile selezione poco ragionata del materiale che si incontra.

L’eccesso di semplificazione è un istinto radicato in ciascuno di noi, come una sorta di reazione automatica all’enorme quantità di dati e informazioni complesse che ci circondano.

Il problema, quindi, secondo Paglieri, non consiste nella qualità più bassa delle informazioni che si hanno al giorno d’oggi, bensì nel sovraccarico informativo a cui gli individui sono esposti senza più alcun filtro o alcuna mediazione; la quantità di informazioni a cui si è sottoposti è nettamente superiore rispetto a quella di un tempo e possibilmente in eccesso rispetto alla capacità generale della popolazione di gestirle: il numero di notizie che si comprendono realmente è infima rispetto a quelle potenzialmente accessibili.

Le notizie false catturano l’attenzione, sfruttano i punti deboli delle persone che, spesso, prese dal panico e dall’ansia sono portate a credere a ciò che leggono quando incontra le loro prospettive. Generalmente, queste notizie sono frutto di teorie del complotto il cui fine è generare il caos della disinformazione⁷.

Il periodo attuale caratterizzato dalla presenza della pandemia globale di Covid19 è un esempio di come le *fake news* possano, più o meno facilmente, arrivare ad un numero

⁶ F. Paglieri, *La disinformazione felice. Cosa ci insegnano le bufale*, Bologna, il Mulino, 2020. pp 171-172.

⁷ C. Wardle e H. Derakhshan, *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Strasbourg, Council of Europe, 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.

elevato di utenti e sedimentarsi nella mente di molti, arrivando ad essere condivise senza una vera e propria riflessione sulla loro veridicità.

Come dimostra una ricerca pubblicata su *Science* da Soroush Vosoughi, Sinan Aral e Deb Roy del *Massachusetts Institute of Technology*⁸, dove è stata studiata la diffusione differenziale di tutte le notizie vere e false verificate distribuite su Twitter dal 2006 al 2017, le notizie false si diffondono più velocemente della verità, e arrivano più lontano, in modo più veloce, più profondo e più ampio di tutte le categorie di informazioni.

Nella ricerca si è scoperto che le notizie false erano più innovative delle notizie vere, il che suggerisce che le persone avevano maggiori probabilità di condividere informazioni nuove. Mentre le false storie ispirano paura, disgusto, e sorpresa, quelle vere ispirano tristezza, gioia e fiducia. I sentimenti che emergono dalle prime sono legati alla novità, allo stupore, emozioni che portano ad un maggior entusiasmo nel condividere le notizie con la propria community. Contrariamente alla saggezza convenzionale, i media hanno accelerato la diffusione di notizie vere e false alla stessa velocità, e ciò implica che, se le notizie false si diffondono maggiormente rispetto alla verità, è più probabile che siano gli esseri umani a diffonderle.

Nello studio, infatti, si prendono in considerazione le *information cascade* di Twitter, ossia le catene di condivisioni ininterrotte, e si dimostra come la diffusione di notizie false risulta essere dalle dieci alle venti volte più rapida rispetto a quelle vere.

I ricercatori del MIT hanno presentato due ipotesi che spiegano come una notizia falsa penetri maggiormente all'interno del web diventando più popolare di una veritiera:

- 1) la prima ipotesi afferma che le *fake news* siano costruite in maniera da risultare più originali e nuove;
- 2) la seconda suppone che le notizie false siano maggiormente in grado di far leva sulle emozioni forti, suscitando maggiore curiosità o spavento. Inoltre questo tipo di notizie riguardano temi popolari come disastri naturali, terrorismo, dinamiche politiche, la salute e la scienza, perciò hanno un taglio più coinvolgente, caratteristiche necessarie affinché una notizia possa diffondersi e diventare virale nei social network.

La grande diffusione delle *fake news* rischia quindi di compromettere la credibilità dei social network come luogo di diffusione e ricerca dell'informazione. Questi ultimi hanno consentito un percorso diretto dal produttore al consumatore di contenuti, anzi lo

⁸ S. Aral, S. Vosoughi e D. Roy, *The spread of true and false news online*, *Science*, 359 (6380), 2018.

hanno anche ribaltato giacché ogni utente può a sua volta diventare produttore e diffusore di contenuti, cambiando il modo in cui gli utenti si informano, dibattono e modellano le loro visioni del mondo.

Un altro punto critico è che i social network rendono difficile per le persone giudicare la credibilità dei messaggi che incontrano, perché i post pubblicati da fonti autorevoli e quelli pubblicati da siti web di cospirazione possono sembrare identici. I social hanno fatto sì che, raccogliendo storie da diverse fonti, l'attenzione si focalizzi sulla storia e non sulla fonte⁹.

Una tale disintermediazione potrebbe indurre a un indebolimento del consenso su questioni sociali rilevanti a favore di voci e pensieri cospiratori, come, portando un esempio attuale, il legame tra vaccini e autismo¹⁰. In generale, infatti, il pensiero complottista crea un clima di disimpegno dalla società tradizionale e dalle pratiche ufficialmente raccomandate, ad esempio le vaccinazioni.

Alcuni studi hanno evidenziato che i consumatori di contenuti simili tendono ad aggregarsi in cosiddette “camere d'eco” (*echo-chamber*)¹¹, ovvero situazioni in cui informazioni, idee o credenze più o meno veritiere vengono amplificate da una ripetitiva trasmissione e ritrasmissione all'interno di un ambito omogeneo e chiuso, in cui visioni e interpretazioni divergenti finiscono per non trovare più considerazione¹². Ed è proprio in ambienti come questi che vengono a crearsi delle polarizzazioni che inducono gli individui ad accettare soltanto le informazioni che riguardano una determinata linea di pensiero, scartando invece tutte le altre.

In questo ambito, come verrà illustrato più approfonditamente nei prossimi capitoli, il *fact-checking* e il *debunking* hanno una grossa responsabilità ma, come sostiene Fabio Paglieri nel suo libro “La disinformazione felice”¹³, possono rivelarsi delle armi a doppio taglio, mostrando inefficacia se usate come «guerriglia comunicativa», rischiando di aumentare la polarizzazione a favore delle *fake news* che cercano di smascherare. Sarà quindi necessario utilizzare dei metodi adatti per contrastare la disinformazione, senza però

⁹ F. Paglieri, *Disinformazione felice*, op. cit.

¹⁰ M. Colucci, *Indagine Censis sulle vaccinazioni: mancano cultura e fiducia*, vaccinarSI, 2014. www.vaccinarsi.org/notizie/2014/10/09/%E2%80%8BBindagine-censis-vaccinazioni-mancano-cultura-fiducia, visitato il 12/06/2022.

¹¹ Cfr. Voce “echo chamber” del vocabolario Treccani online in www.teccani.it/vocabolario/echo-chamber, visitato il 03/06/2022.

¹² Cfr. W. Quattrociochi, A. Peruzzi, *L'informazione nell'era della polarizzazione: un'analisi quantitativa*, Menabò di Etica Economica, 2019. <https://archivio.eticaeconomia.it/tag/menabo-n-109-2019/>, visitato il 03/06/2022.

¹³ F. Paglieri, *Disinformazione felice*, op. cit.

andare ad inasprire il contrasto con l'interlocutore, bensì cercando di entrare nella sua bolla e reinterpretarla attraverso un'argomentazione efficace, che non utilizzi toni bruschi e inamovibili, ma che mostri aperture nell'ascolto di opinioni diverse e che argomenti poi in modo esaustivo i punti di vista differenti.

1.4 ENGAGEMENT E CAOS INFORMATIVO

Come affermato nel paragrafo precedente, è stato dimostrato che le notizie false si diffondono molto più velocemente rispetto a quelle vere, per motivi principalmente emotivi: esprimono paura, sorpresa, indignazione o disgusto, creando così maggiore attrazione e interesse.

Non tutti i diffusori di *fake news*, infatti, sono inconsapevoli. Oltre a diffondersi più rapidamente, purtroppo, le notizie false tendono anche a creare più *engagement*: come riporta uno studio condotto da ricercatori della New York University e dell'*Université Grenoble Alpes* in Francia¹⁴, da agosto 2020 a gennaio 2021, editori di notizie noti per aver diffuso disinformazione hanno ottenuto sei volte la quantità di “mi piace”, condivisioni e interazioni sulla piattaforma rispetto a fonti di notizie affidabili, come la CNN o l'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Come sostiene Antonio Pavolini nel suo libro “*Unframing*”¹⁵, il problema non è che sia sparito il giornalismo di inchiesta o di qualità, ma è che, probabilmente, quest'ulti mo non è il più adatto a ripagare l'industria dell'informazione. A oggi, afferma, l'unica vera risorsa in questo ambito è il modello dell'*infotainment* che garantisce il “presidio dell'attenzione”: le esigenze dei modelli di business sono fondate sempre di più sulla capacità che un contenuto ha di generare engagement e tenere l'attenzione dell'utente e sempre meno sulla sua qualità.

Non si tratta solamente di notizie false, ma anche di titoli fuorvianti che rischiano di alimentare la disinformazione verso chi non approfondisce la ricerca. Come vale, del resto, per la pubblicità, anche l'informazione ha imparato ad usare i cosiddetti “titoli esca”. Nelle campagne pubblicitarie, gli *headline*, infatti, hanno un ruolo ben preciso: attirare l'attenzione del destinatario del messaggio, incuriosirlo per poi, infine, farlo arrivare al

¹⁴ E. Dwoskin, *Misinformation on Facebook got six times more clicks than factual news during the 2020 election, study says*, The Washington Post, 2021. <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/09/03/facebook-misinformation-nyu-study/>, visitato il 15/06/2022.

¹⁵ A. Pavolini, *Unframing: Come difendersi da chi può stabilire cosa è rilevante*, Milano, Ledizioni, 2020.

contenuto vero e proprio¹⁶. Similmente agli inserzionisti, anche chi fa informazione cerca di attirare a sé l'attenzione ed aumentare i lettori. In rete questo è associato al fenomeno del *clickbaiting*, ossia confezionare titoli e forzare la narrazione in modo da spingere l'utente a cliccare sul contenuto.

Chi fa *clickbaiting*, insomma, come chi scrive gli *headline* pubblicitari, obbedisce a un solo principio, il *curiosity gap*¹⁷: generare la giusta dose di curiosità tale da indurre il lettore al “*click*” per soddisfarla.

Ciò che ha contribuito a rendere il modello dell'*infotainment* e il presidio dell'attenzione così rilevanti nei media riguarda sicuramente il sovraccarico informativo e l'affollamento degli ambienti digitali. Come dimostra uno studio comparativo condotto in 14 sistemi televisivi¹⁸ c'è una correlazione tra un certo sensazionalismo nelle scelte redazionali, una condizione di pressione economica e un forte confronto con i *competitor*. L'attenzione del pubblico è sempre scarsa e, di conseguenza, sempre più contesa dai produttori di informazione.

In questa lotta all'attenzione del pubblico tutto è permesso: titoli strillati, sensazionalismi e contenuti che giocano sulle emozioni. Ciò che occorre, quindi, è riuscire a trovare la formula perfetta che costringa il lettore a cliccare sulla notizia e, ancor meglio, a condividerla¹⁹.

I media digitali sono sicuramente responsabili di un aumento del sovraccarico informativo (citando Bruno Mastroianni, con la digitalizzazione si è giunti ad un “sovraccarico dei sovraccarichi”²⁰), ma il fenomeno del sensazionalismo ha da sempre caratterizzato anche i media tradizionali: dai titoli sui giornali, ai notiziari in radio o in tv, alle riviste di gossip ecc. La creazione di titoli sensazionalistici, di notizie montate o ingigantite e gossip non del tutto comprovati hanno da sempre permesso, nel mondo della comunicazione di massa, un aumento delle vendite e dello *share*²¹. Contemporaneamente, però, ciò ha condotto anche ad una crescita della disinformazione che, come riportato nel

¹⁶ Cfr. voce *Clickbait*, Inside Marketing, www.insidemarketing.it, visitato il 15/06/2022.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ B. Arbaoui, K. De Swert, W. van der Brug, *Sensationalism in News Coverage: A Comparative Study in 14 Television Systems*, Communication Research 47(2), 2016.

¹⁹ A. Pavolini, *Unframing*, op. cit.

²⁰ B. Mastroianni, *La disputa felice. Dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico*, Firenze, Cesati, 2017.

²¹ Cfr. voce *Clickbait*, Inside Marketing, op. cit.

paper del consiglio europeo “Information disorder”²², non dev’essere ridotta al termine “fake news”, in quanto troppo generico per descrivere la complessità del problema dell’informazione di oggi. Al suo posto viene utilizzata un’altra espressione che ci aiuta a comprendere il fenomeno nella sua ampiezza, ossia “*information disorder*” (caos informativo), che fa riferimento alla situazione in cui tutti ci ritroviamo: un sovraccarico informativo dove si assiste a diversi fenomeni che non possono essere ricondotti solamente alla presenza di notizie false. Nell’articolo vengono distinte tre nozioni: *disinformation*, *misinformation* e *malinformation*. Infatti un contenuto ingannevole può essere diffuso deliberatamente e per danneggiare qualcuno (*dis-information*), oppure può essere semplicemente il risultato della negligenza o mancanza di pensiero critico di chi condivide un’informazione senza l’intenzione di arrecare danno (*mis-information*) o, infine, può trattarsi di informazioni basate sulla realtà utilizzate per danneggiare qualcuno (*mal-information*), come ad esempio fughe di notizie riservate o diffusione di materiale privato.

Di fronte al caos informativo, vi sono diverse risposte possibili: da migliori politiche da parte delle piattaforme, degli attori dei mezzi di comunicazione e delle istituzioni (in quanto a possibili provvedimenti efficaci attuabili), alle pratiche quotidiane che i cittadini possono attuare di fronte alle informazioni ricevute, quali porsi domande sulle fonti, sulla loro autorevolezza e sull’attendibilità dei fatti raccontati²³.

Un ruolo importante può essere svolto da *debunkers* e *fact-checkers*, che possono aiutare a prevenire la diffusione della disinformazione e rendere più facile ai cittadini la verifica dell’attendibilità di ciò che gli viene comunicato.

Il problema reale si presenta però nel trovare delle risposte verso chi in determinate informazioni fuorvianti trova una conferma delle proprie idee e delle proprie convinzioni, finendo così per darle per assodate, non leggendole con criticità e non fidandosi nemmeno di chi ne smaschera la falsità. In questo caso il *debunking* può rivelarsi utile per raggiungere una soluzione, ma attraverso un’argomentazione ben studiata e pianificata nel migliore dei modi possibili.

²² C. Wardle e H. Derakhshan, *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Strasbourg, Council of Europe, 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.

²³ V. Gheno e B. Mastroianni, *Tienilo acceso. Posta, commenta, condividi senza spegnere il cervello*, Milano, Longanesi, 2018.

1.5 SOLUZIONI ADOTTATE DAI PRINCIPALI SOCIAL NETWORK

Come visto precedentemente, esiste un legame tra le innumerevoli funzionalità e possibilità offerte dai social media e la diffusione di materiale inattendibile e fuorviante all'interno della società. Proprio per questo è frequente la formazione di dibattiti pubblici che attribuiscono alle società dei social media la responsabilità degli effetti dannosi delle *fake news* online. L'accusa che viene mossa più frequentemente verso alcuni colossi delle big tech company è quella di ottenere, attraverso la pubblicazione e la diffusione di contenuti falsi, un guadagno economico indiretto. Accusati inoltre di non intervenire concretamente nella limitazione della circolazione di contenuti *fake*, per ovviare al problema negli ultimi anni i principali social media si sono attivati nella messa in atto di diverse strategie per fronteggiare questa situazione²⁴.

Tra i provvedimenti presi dalle varie piattaforme social, iniziamo analizzando il caso Facebook che, per un po' di tempo è stato al centro di polemiche riguardo i suoi modelli di apprendimento automatico che gli permettono di mostrare agli utenti i contenuti che più li coinvolgono, attraverso la raccolta di dati, massimizzando così il coinvolgimento, ma favorendo le polarizzazioni²⁵. Francis Haugen, un'informatica statunitense, ha affermato più volte che l'algoritmo di Facebook incitava alla disinformazione, all'odio e alla polarizzazione: in uno studio del 2016, recensito dal "Wall Street Journal"²⁶, una ricercatrice dell'azienda, Monica Lee, ha scoperto che su Facebook erano presenti molti di gruppi estremisti, che oltretutto la piattaforma promuoveva anche ai suoi utenti. Chris Cox, responsabile di prodotto di Facebook, nel 2017 ha formato una nuova *task force* per scoprire se la massimizzazione del coinvolgimento degli utenti su Facebook fosse collegata alla crescita della polarizzazione politica, confermandolo in seguito²⁷.

Successivamente Facebook ha iniziato ad avvalersi di una strategia di contrasto alle *fake news*: a seguito di una segnalazione di un contenuto fasullo da parte di un

²⁴ Cfr. M. R. Carbone, *L'Antitrust Usa contro le big tech: le accuse e le conseguenze del cambio di rotta*, Agenda Digitale, 10 agosto 2020. <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/lantitrust-usa-contro-le-big-tech-le-accuse-e-le-conseguenze-del-cambio-di-rotta/>, visitato il 16/06/2022.

²⁵ Cfr. K. Hao, *Gli algoritmi di Facebook sono pericolosi*, MIT technology review, 2021. <https://www.technologyreview.it/gli-algoritmi-di-facebook-sono-pericolosi/>, visitato il 16/06/2022.

²⁶ Cfr. J. Horwitz, D. Seetharaman, *Facebook Executives Shut Down Efforts to Make the Site Less Divisive*, The Wall Street Journal, 2020. <https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-it-encourages-division-top-executives-nixed-solutions-11590507499>, visitato il 16/06/2022.

²⁷ Cfr. K. Hao, *Gli algoritmi di Facebook sono*, op.cit.

utente, la piattaforma si adopera a controllarne l'attendibilità. Questa fase di controllo viene attuata attraverso un *double check* da parte di diverse agenzie di *fact-checking* indipendenti che, qualora comprovassero la non veridicità della notizia, prevederebbero a farla segnalare dalla piattaforma come notizia non attendibile. Una volta che un post verrà etichettato, Facebook allegherà un link dove gli utenti potranno cliccare per avere maggiori informazioni sull'argomento esaminato²⁸.

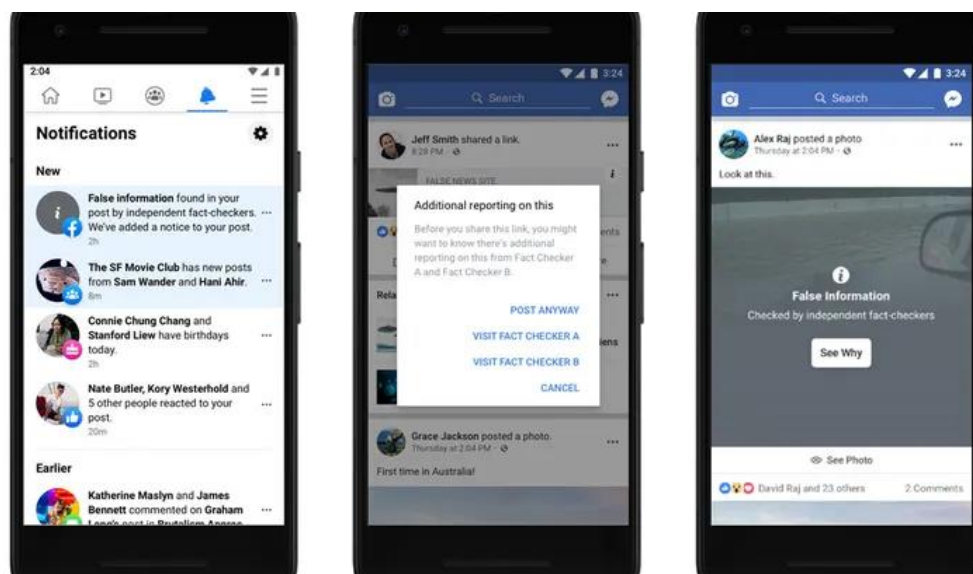


FIG. 2: Facebook fact-checking system

Quando si verifica una ripetuta condivisione di informazioni ritenute disinformazione da parte di determinate pagine, Facebook monitorerà più approfonditamente tali fonti e ne limiterà la visibilità all'interno della piattaforma.

Con l'emergenza sanitaria Covid-19, iniziata nel corso del 2020 e tuttora in atto, la proliferazione di notizie false è aumentata a dismisura. Facebook per combattere la loro diffusione ha introdotto anche la possibilità di rimozione definitiva di alcuni contenuti (novità rispetto alle politiche anti-censure della piattaforma) in seguito alla segnalazione di contenuti falsi e pericolosi per la salute da parte di un'autorità sanitaria. In aggiunta, per ridurre ulteriormente il peso e i danni delle *fake news* riguardanti la pandemia globale in atto, la società di Mark Zuckerberg ha deciso di far comparire un avviso a tutti coloro che hanno interagito con una *fake news* con

²⁸ Cfr. M. Monti, *Fake news e social network: la verità ai tempi di Facebook*, Media Laws, 2017, pp. 87-88. <https://www.medialaws.eu/rivista/fake-news-e-social-network-la-verita-ai-tempi-di-facebook/>, visitato il 16/06/2022.

un collegamento al sito dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, dove è possibile individuare diversi articoli di smentita riguardo *fake news* a tema Covid-19²⁹.



FIG. 3: Coronavirus, Facebook contro le bufale

Anche Twitter, per contrastare la diffusione di fake news sull'epidemia di Covid-19, ha sottoscritto un accordo con il ministero della Salute e ha messo in evidenza nella sezione di ricerca il link ufficiale del Ministero³⁰. La piattaforma, inoltre, nel contesto della pandemia globale, prova a limitare la diffusione di informazioni false: introduce l'etichetta "fuorviante" che contraddistingue i contenuti falsi e ingannevoli riguardanti la natura del virus e l'efficacia delle misure preventive volte a mitigare la malattia.

Qualora un tweet venga identificato come falso o fuorviante, verrà segnalato da un messaggio di avvertimento e ne verrà ridotta la visibilità, togliendo inoltre la possibilità di aggiungere "mi piace" e ritwittare per non renderlo virale.

La piattaforma, a seconda delle circostanze, può anche aggiungere all'etichetta un link di rimando a istituzioni e spiegazioni scientifiche.

²⁹Cfr. *Mantenere le persone al sicuro e informate sul COVID-19*, Meta for media, www.facebook.com/formedia/tools/coronavirus-resources, visitato il 16/02/2022.

³⁰www.salute.gov.it.



FIG 4: tweet etichettato come fuorviante, con link di rimando a maggiori informazioni e approfondimenti

Twitter ha inoltre lavorato a una nuova difesa contro le fake news, Birdwatch³¹: il progetto servirebbe a identificare e contenere tutti i messaggi ritenuti falsi o fuorvianti, avvalendosi dell'aiuto degli utenti e consentendogli di aggiungere note utili ai Tweet che potrebbero essere fuorvianti. Per valutare le note come utili, Birdwatch richiede l'accordo tra i contributori, mentre Twitter non interviene (tranne nei casi di mancato rispetto delle regole). Il progetto, fa sapere Twitter, sarebbe nato in seguito alle critiche di censura fatte dagli utenti in seguito al *ban* di Donald Trump dal social in quanto il presidente aveva violato i termini e le condizioni di servizio divulgando notizie false e incitando alla violenza, soprattutto durante l'assalto di Capitol Hill.

Quale potrebbe essere quindi la giusta strada da prendere? La censura contro la disinformazione può certamente aiutare a evitarne la propagazione e la replica, ma potrebbe non essere la soluzione adatta alla sua eliminazione, portando ad aumentare la polarizzazione di chi, di fronte a essa, potrebbe trovare ancora più motivazione nel sostenere le sue idee alternative e cospiratorie in contrasto alle versioni ufficiali.

Come si può vedere, quindi, i principali social si sono attivati per fronteggiare il sempre più diffuso problema delle *fake news* in rete. Ciò è fondamentale e sicuramente utile per diminuire il rischio di disinformazione online, ma spesso può rivelarsi un processo lento (rispetto ai ritmi della rete) e non così semplice ed immediato. Non si può negare l'importanza e l'utilità di avere una verifica sulla veridicità dell'informazione direttamente dalle piattaforme, ma il lento processo di

³¹ twitter.github.io/birdwatch/.

etichettamento di un contenuto ritenuto falso, in un contesto sempre più rapido ed immediato come il web, fa emergere criticità non trascurabili.

Come dimostrato nello studio “Debunking in a world of tribes”³², i post di *debunking* restano principalmente confinati all’interno della camera d’eco scientifica, mentre solo pochi utenti generalmente esposti alla disinformazione interagiscono attivamente con le correzioni, per di più in modo piuttosto negativo.

Il debunking semplice e immediato utilizzato dalle piattaforme, quindi, non si rivela sufficientemente utile a fermare la diffusione di notizie false e teorie cospiratorie tra chi è maggiormente esposto alla disinformazione, ma dovranno essere attuate tecniche di smascheramento differenti e maggiormente funzionali.

1.6 METODI E STRUMENTI DI VERIFICA CONTRO LA DISINFORMAZIONE

Per valutare l’azione di *fact-checking* e *debunking* è necessario porre attenzione sui metodi utilizzati.

Per la verifica delle informazioni possono essere utilizzati degli strumenti più automatizzati (dei *software*) come per esempio, tra i più famosi, *TinEye*, *Google Reverse Image Search*, *Yandex* o *RevEye* che permettono di scovare un’immagine caricata in tutti i siti dov’è già stata pubblicata: consentono di risalire all’immagine originale, capire dove è stata condivisa e se è stata ritoccata, permettendo così di identificare quelle storie la cui validità è affidata solamente alla validità dell’immagine associata in quanto, se l’immagine è montata, la storia stessa probabilmente si rivelerà tale.

In aggiunta, anche *FullFact Automated* e *BS Detector* possono essere considerati il passato e il presente del *debunking* basato sul *crowd fact-checking*, ossia una procedura per ridurre la diffusione di notizie false e disinformazione: ogni volta che un utente incontra un’informazione apparentemente fasulla nel suo feed, può segnalarla e, se il post riceve abbastanza segnalazioni, viene inviato a una terza

³² F. Zollo, A. Bessi, M. D. Vicario, A. Scala, G. Caldarelli, L. Shekhtman, S. Havlin, W. Quattrocchi, *Debunking in a world of tribes*, PLOS ONE, 12, July 24, 2017. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181821>.

parte per la verifica dei fatti. Se quest'ultima la identifica come disinformazione, viene contrassegnata come contestata³³.

Un'altra innovazione importante nel campo del *debunking* riguarda lo smascheramento di video *deep fake*: falsi video che vengono manipolati, alimentati dall'intelligenza artificiale, e che possono far sembrare che le persone stiano dicendo o facendo cose che non hanno mai detto o fatto³⁴. Per far fronte a ciò, i ricercatori hanno creato un *software* che riesce a scovare le alterazioni facciali innaturali dei soggetti colpiti evidenziando così le limitazioni che ad oggi caratterizzano il mondo degli algoritmi delle intelligenze artificiali che stanno alla base dei *deep fake*.

Diversamente dalle attività di verifica svolte attraverso l'uso di *software*, i metodi tradizionali prevedono ricerche approfondite svolte attivamente da parte di esperti che si occupano di analizzare testi, fonti e autori. Il ricercatore deve analizzare accuratamente ogni singolo dettaglio del testo per verificarne la veridicità e contattare gli esperti della specifica area di cui tratta la notizia falsa. Perciò il processo può durare più giorni.

Tra i più famosi ed attendibili siti di verifica di informazioni e che circolano sul web troviamo:

- *Snopes*, nato nel 1996 per smontare leggende urbane, è oggi uno dei database più completi sulle bufale che circolano in Rete e no;
- *Hoax-Slayer*, divenuto un sito in piena regola nel 2003: una realtà americana ben organizzata: vi è la possibilità di iscriversi a una *newsletter* per le notizie veloci, una particolarità è la sezione *True Emails*, che tiene gli iscritti al corrente riguardo ai rumors effettivamente veri;
- *Factchecking.it*, che, tra gli strumenti più recenti, fa leva in particolare sul *crowdsourcing*, ossia la combinazione di verifiche fatte da decine di utenti, per stabilire l'attendibilità dell'informazione;
- *Rbutr*, che offre la possibilità di mettere a disposizione degli altri tutte le conoscenze a che si hanno a disposizione su un determinato contenuto;

³³ 21. Kim J., Tabibian B., Schölkopf B., Gomez-Rodriguez M., Leveraging the Crowd to Detect and Reduce the Spread of Fake News and Misinformation, WSDM 2018: Proceedings of the Eleventh ACM International Conference on Web Search and Data Mining, pp. 324-332.

³⁴ Cfr. J. E. Solsman, *Deepfake debunking tool may protect presidential candidate*, CNET. <https://www.cnet.com/tech/computing/deepfake-debunking-tool-may-protect-2020-presidential-candidates-trump-warren-obama-hillary-clinton/>, visitato il 18/ 06/2022.

- Paolo Attivissimo³⁵, giornalista e *debunker*, punto di riferimento nel panorama italiano, da anni si occupa di smascherare le *fake news* che circolano sul web e sui giornali;
- Bufale.net, portale italiano di *fact-checking* che da anni combatte la disinformazione e le bufale che circolano su Internet;
- BUTAC, canale dedicato al disordine informativo, lotta contro bufale, la disinformazione, gli allarmismi e le frodi online;
- FACTA, testata giornalistica che si occupa di bufale, *fake news* e disinformazione;
- Pagella Politica, sito italiano dedicato al *fact-checking* delle dichiarazioni dei politici.

Questi metodi si rivelano indubbiamente utili in quanto atti a smascherare notizie false che circolano nel web o nei giornali e permettono, a chi è interessato, di distinguere le informazioni attendibili da quelle inattendibili.

Come già affrontato precedentemente, però, vi sono ricerche che dimostrano come le notizie false si diffondano molto più rapidamente rispetto a quelle vere e perciò combattere la disinformazione solamente dopo che una notizia è circolata potrebbe non rivelarsi sempre una buona soluzione.

Alla luce di ciò, quali sono effettivamente gli strumenti più efficaci che ci permettono di verificare ciò che circola in rete?

La disinformazione presenta una fenomenologia ben precisa, e il modo migliore per allenare le competenze necessarie allo smascheramento delle notizie false è mettersi alla prova con casi concreti, passando in rassegna un certo numero di esemplari per poi farne tesoro studiandone forme e meccanismi. Si tratta di analizzare l'informazione fuorviante e comprendere i componenti che la rendono attraente e credibile, in modo da trarre utili conclusioni su come comportarsi in futuro.

In questo senso, alcuni studiosi hanno capito come applicare questo principio alla pratica di smascherare notizie false. *Edutainment*, infatti, nel 2018 lancia una nuova piattaforma³⁶ creata da una collaborazione fra l'Università di Cambridge e DROG (gruppo di accademici, giornalisti ed esperti di media con sede in Olanda): Bad News, un gioco virtuale che consiste nel far immedesimare l'utente nel ruolo di creatore di

³⁵ attivissimo.blogspot.com.

³⁶ www.getbadnews.com.

notizie false. Il presupposto di questo gioco è quello di invitare i giocatori a studiare la nascita, la diffusione e il successo della disinformazione dall'interno, contribuendo alla sua creazione e diffusione (in un contesto protetto) facendo così conoscere ai giocatori le modalità di azione di chi solitamente fa circolare falsità e quali sono le tattiche più comuni per alimentare le convinzioni antiscientifiche sul web³⁷.

L'applicazione è ispirata alla teoria dell'inoculazione³⁸, secondo la quale "La predisposizione di una persona a una forma indebolita di materiale che minaccia i loro atteggiamenti, renderà quella persona più resistente a tali minacce, a patto che il materiale inoculato non sia così forte da superare le sue difese", esattamente come avviene con le vaccinazioni in campo medico.

Nello specifico, il gioco funziona in maniera semplice e lineare: durante il gioco all'utente vengono poste delle domande a cui può rispondere scegliendo tra due opzioni. Vi sono poi due misure al loro punteggio: i followers e la credibilità. Scegliere un'opzione in linea con quella che verrebbe scelta da un vero produttore di *fake news* consente di aumentare entrambi i punteggi, al contrario, scegliere opzioni false eccessivamente evidenti fa perdere followers e credibilità. Lo scopo è quello di perdere il meno possibile di credibilità raccogliendo però il maggior numero di followers.

In aggiunta a tutto ciò, il gioco permette anche ai partecipanti di specializzarsi in sei diverse "tattiche" di diffusione delle notizie a cui sono associati altrettanti *badges*: imitazione, emotività, polarizzazione, cospirazione, discredito e *trolling*.

Praticamente attraverso il gioco si compie un viaggio completo nel lato oscuro dell'informazione, con l'intenzione di immunizzarsi.

L'iniziativa è risultata efficace, tanto che Bad News è stato definito dall'università stessa come un "vaccino digitale".

In uno studio pubblicato nel 2019³⁹, John Roozenbeek e Sander van der Linden hanno analizzato le prestazioni di circa 15.000 utenti di Bad News verificandone le capacità di riconoscimento tra notizie false e attendibili prima e dopo aver partecipato al gioco.

³⁷ S. van der Linden, J. Roozenbeek, *Psychological inoculation against fake news*, University of Cambridge, Londra, Routledge, 2020, pp. 155-156.

³⁸ J. Compton, *Inoculation theory*, *The SAGE handbook of persuasion: Developments in theory and practice*. Sage Publications, 2013.

³⁹ J. Roozenbeek e S. van der Linden, *Fake news game confers psychological resistance against online misinformation*, *Nature*, 65, 2019.

I risultati hanno dimostrato evidentemente come Bad News abbia migliorato sensibilmente la capacità di riconoscere la natura fittizia delle informazioni: i partecipanti hanno valutato l'affidabilità di sei titoli e tweet, prima e dopo il gioco, che corrispondevano ad alcune delle strategie di inganno che possono essere usate nel gioco (impersonificazione, cospirazioni fluttuanti, screditare gli avversari, polarizzazione politica e due controlli "reali" delle notizie), dimostrando che il processo di vaccinazione contro le *fake news* attivato dal gioco ha ridotto significativamente l'affidabilità percepita dei tweet che contenevano diverse strategie comuni di disinformazione online.

Inoltre, analizzando i dati, si scopre che gli effetti migliori sono stati visti per di più in coloro che erano inizialmente più propensi a credere nelle *fake news*, segno che il gioco funziona particolarmente bene su chi ne ha maggiormente bisogno.

Alla luce di quanto visto, vi sono diversi modi per verificare le notizie e smascherare quelle false.

In un mondo dove, nell'era della digitalizzazione, le *fake news* e le teorie cospiratorie possono presentarsi dinanzi a chiunque, indipendentemente dalle loro conoscenze e dal loro livello culturale, la necessità di figure professionali che applichino le loro nozioni e la loro esperienza per aiutare ad individuare le notizie fasulle ed indirizzare i cittadini verso l'apprendimento di fatti reali, è innegabile. La disinformazione, ad oggi, ha la capacità di prendere sempre più piede in maniera semplice e immediata, e va quindi smascherata in modo altrettanto immediato, per quanto possibile.

Tutte le soluzioni presentate in questo capitolo, quindi, risultano utilissime per chi vuole combattere la disinformazione e impegnarsi a ricevere e ricercare notizie reali.

Il problema, però, è proprio questo: cosa fare con coloro che, al contrario, non sono così predisposti alla ricerca di informazioni attendibili?

La difficoltà sorge proprio negli individui che si rinchiodano nella propria bolla e che decidono di affidarsi solo ad un determinato tipo di informazioni, che derivano da fonti già in linea con il loro pensiero.

Quali sono quindi le soluzioni adottabili verso coloro che sono rinchiusi nella loro camera d'eco? Quale tipo di *debunking* è efficace per entrare in contatto con questi individui e farli uscire dalla loro bolla di disinformazione?

CAPITOLO 2

LA POLARIZZAZIONE E L'IMPORTANZA DELL'ARGOMENTAZIONE

Nel capitolo precedente sono state illustrate le diverse modalità di azione di *fact-checkers* e *debunkers* per combattere la disinformazione che nell'epoca del digitale sembra essersi potenziata e aggravata a causa degli effetti virali del Web.

Sono state presentate le principali soluzioni adottate per combattere il fenomeno delle *fake news* aiutando il pubblico, che fosse realmente intenzionato a farsi aiutare, a scovare le informazioni fasulle in circolazione.

Ma cosa fare, invece, per coloro che non sono ugualmente disposti a collaborare per una diffusione di informazioni attendibili e verificate da fonti ufficiali?

In questo capitolo verranno affrontate le dinamiche che si creano quando si interagisce con le informazioni (più o meno attendibili), i rischi che il *debunking* può comportare quando si ha a che fare con soggetti già polarizzati e l'argomentazione digitale adatta a chi è rinchiuso nella propria bolla informativa.

2.1 DEBUNKING: ARGOMENTARE CONTRO LA DISINFORMAZIONE

La disinformazione su argomenti rilevanti è di particolare interesse e comprende affermazioni che potrebbero influenzare i comportamenti degli individui. La questione diventa poi particolarmente seria quando riguarda tematiche importanti come la salute e la politica.

Ecco alcuni esempi di disinformazione trapelata e radicata nella società.

In Brasile, nel 2015, ebbe inizio una pandemia del virus Zika e nei social network si diffusero varie teorie del complotto a riguardo, in particolare, la più gettonata affermava che il governo aveva segretamente creato il virus per poi

rilasciarlo attraverso delle zanzare geneticamente modificate. La notizia, errata e non supportata da prove scientifiche, ha causato una larga circolazione della disinformazione⁴⁰.

Un secondo esempio riguarda la tesi propugnata dall'ex medico inglese Andrew Wakefield, che collegava la vaccinazione trivalente (morbillo-parotite-rosolia) al rischio di favorire l'insorgenza di un disturbo dello spettro autistico. Nonostante la ritrattazione dell'articolo accademico (sconfessato scientificamente), alcune persone sono ancora convinte della veridicità di questa informazione⁴¹.

Le false credenze come quelle presentate si verificano quando il pubblico inizialmente crede a informazioni e notizie errate che sono circolate e, nonostante siano state confutate, queste persistono o continuano ad esercitare un'influenza psicologica.

In questo contesto, sorgono due domande importanti:

- 1) quanto è forte la persistenza della disinformazione?
- 2) quali fattori, riguardo il pubblico e il messaggio, possono moderare questo effetto?

Come affermano alcuni studiosi, "La memoria umana non è un dispositivo di registrazione, ma piuttosto un processo di (ri)costruzione che è vulnerabile alle influenze interne ed esterne"⁴².

Dei ricercatori dimostrano il fatto che ragionare in linea con gli argomenti contenuti in un messaggio, può aumentare l'impatto di quest'ultimo⁴³: di conseguenza, quando il processo di elaborazione integra elementi di informazione, suscitando spiegazioni coerenti alla disinformazione iniziale, questo processo può portare alla creazione di una serie di conferme causali sulla disinformazione in memoria. Le persone che sostengono l'informazione fuorviante, quindi, faticano a mettere in discussione e a cambiare le loro convinzioni iniziali.

Di conseguenza, quando, a seguito di azioni di *fact-checking*, l'informazione viene aggiornata, modificata o vengono integrati alcuni elementi, può venirsi a creare

⁴⁰ C. A. Klofstad, J. E. Uscinski, J. M. Connolly, J. P. West, *What drives people to believe in Zika conspiracy theories?* Palgrave Commun, 5(36), 2019.

⁴¹ A. Jain, J. Marshall, A. Buikema, *Autism Occurrence by MMR Vaccine Status Among US Children With Older Siblings With and Without Autism*, JAMA, 313(15), 2015, pp. 1534-40.

⁴²V. Damme, K. Smets, *The power of emotion versus the power of suggestion: Memory for emotional events in the misinformation paradigm*, APA PsyCnet, 14, 2014, p. 310.

⁴³M. S. Chan, C. R. Jones, K. H. Jamieson, D. Albarracin, *Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation*, Psychological Science 28(11), 2017.

una rete di processi mentali che confermano le informazioni sbagliate conservate nella memoria: questo perché vi può essere una maggiore persistenza della disinformazione e un indebolimento dell'effetto di *debunking*⁴⁴. In breve, è stato riscontrato che la direzione dell'attività cognitiva del pubblico porta alla persistenza della disinformazione e rende la correzione inefficace. Le correzioni che si limitano a incoraggiare le persone a ricredersi rispetto all'informazione iniziale errata, spesso rafforzano inavvertitamente la disinformazione: per tale motivo, sembra essere necessario, per ridurre la persistenza dell'errore, offrire un messaggio di *debunking* ben argomentato e dettagliato.

Una ricerca sui modelli mentali⁴⁵ suggerisce che un messaggio di *debunking* efficace dovrebbe essere articolato in maniera da permettere ai destinatari di abbandonare le informazioni iniziali errate per un nuovo modello. I messaggi che semplicemente etichettano l'informazione iniziale come errata possono non dimostrarsi efficaci in quanto lasciano i destinatari incapaci di ricordare cosa è sbagliato e non offrono loro un nuovo modello di comprensione delle informazioni.

Di fronte alla resistenza del pubblico nei confronti di una smentita di una notizia falsa, quindi, come dimostrano gli studi presentati finora, è necessaria una buona argomentazione a sostegno della tesi, che porti con sé dati e dimostrazioni a supporto di quanto sostenuto e che cerchi di fornire informazioni che permettono ai destinatari di aggiornare il modello mentale che giustifica l'informazione errata.

L'informazione data in modo frettoloso e che non lascia trapelare una possibilità di confronto dei dati e di idee, risulta controproducente rispetto ad un'argomentazione più completa che si sforzi di adottare il punto di vista altrui, tentando di aggiungere ad esso degli elementi che offrano la possibilità al pubblico di migliorare la propria visione, comprendere l'errore e, magari, modificare le previe credenze errate⁴⁶.

Ciò è fondamentale da tenere in conto, soprattutto quando si attua un'operazione di *debunking* rivolta ad individui che non si dimostrano del tutto disposti a collaborare né pronti a mettere alla prova le loro convinzioni.

⁴⁴Ibidem.

⁴⁵ P. N. Johnson-Laird, *Mental models and human reasoning*, PNAS, 107(43), 2010.

⁴⁶ Cfr. Il concetto di "adottare adattando" in Adelina Cattani, *Avere ragione*, Roma, Audino, 2019, p.53.

2.2 PERCHÉ CI SI CREDE? DEMOCRAZIA EPISTEMICA E POST-VERITA'

Il World Economic Forum ha definito la disinformazione digitale come una delle principali minacce per la nostra società⁴⁷; i temi più ricorrenti sulla disinformazione, secondo questo rapporto, sono la salute, l'economia e il cambiamento climatico.

Come si è arrivati ad un tale livello di disinformazione nel mondo del digitale?

A monte, come già spiegato precedentemente, c'è il sovraccarico informativo in cui tutti viviamo. Questa tematica delle numerose informazioni a cui siamo esposti c'è da sempre, ma con il digitale la problematica si è diversificata. Ogni campo tematico è troppo vasto per permettere ad un singolo individuo di poterlo padroneggiare per intero, proprio per questo ci si è sempre affidati ad esperti che selezionassero il materiale informativo rilevante, aiutando il pubblico nella comprensione⁴⁸. Con la rivoluzione digitale questo sovraccarico informativo è arrivato alla portata di tutti: ciò ha portato al tramonto della mediazione a priori, il mare di informazioni è ora alla portata di chiunque ed ognuno diventa un canale di informazione⁴⁹.

La crescente specializzazione di ognuno in un'enorme quantità di tematiche rende impossibile una competente valutazione indipendente delle informazioni, per la quale diventa invece indispensabile il ricorso ad opinioni di autorità competenti, la cui credibilità è però messa in crisi dalla odierna e diffusa convinzione che il valore delle opinioni individuali sia lo stesso, a prescindere dalla loro fonte⁵⁰.

Questo è quello che il filosofo Diego Marconi ha definito come “democrazia epistemica”, ovvero la convinzione che ogni opinione ha esattamente lo stesso valore, a prescindere dalle credenziali conoscitive di chi la formula⁵¹.

Nella formazione dell'opinione pubblica, spesso, ciò che fa appello all'emozione e alle convinzioni personali è più influente rispetto ai fatti oggettivi, e in questo contesto la verità diventa quasi irrilevante. Oggi, quello che troviamo online

⁴⁷ Cfr. Howell L. *Digital Wildfires in un mondo iperconnesso*, World Economic Forum, 201. <https://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/>, visitato il 20/06/2022.

⁴⁸ B. Mastroianni, *La disputa felice*, op. cit.

⁴⁹ V. Gheno e B. Mastroianni, *Tienilo acceso*, op. cit.

⁵⁰ P. Dominici, *Dentro la società interconnessa. La cultura della complessità per abitare i confini e le tensioni della civiltà ipertecnologica*, Milano, Franco Angeli, 2019.

⁵¹ D. Marconi, *Fake news, Crisis of deference, and epistemic democracy*, New York, Routledge, 2019, pp. 86-92.

è un mondo in cui regna, secondo alcuni autori, la “*post-verità*”⁵², dove le notizie e fatti distorti sono usati per orientare le decisioni individuali, soprattutto in relazione a tematiche politiche, economiche, ambientali e sulla salute. Il vero pericolo della *post-verità* è che quando non esiste più nessun criterio per distinguere le informazioni valide da quelle meno valide, si impongono i discorsi e le idee dei soggetti più potenti, organizzati o aggressivi, e assieme a loro teorie cospirative che distorcono gli ideali e fanno perdere il senso della realtà⁵³.

Perché ci si crede?

Si può dire che, per alcuni versi, può essere gratificante: da un lato gratifica esprimere disprezzo verso ipotetiche élite e attribuire loro i mali del mondo o le proprie sventure (togliendosi di dosso così il senso di colpevolezza), dall’altro ci si sente più potenti nel presentarsi al mondo come soggetti epistemicamente forti, capaci a dibattere alla pari con un medico di virus e vaccini⁵⁴.

Come spiega Quattrococchi nel suo libro “*Misinformation*”⁵⁵, tentativi di combattere questa autorevolezza epistemica con polarizzazione e superiorità non risulta particolarmente efficace sul piano comunicativo: enunciare una verità senza fare nulla per renderla accettabile a coloro che si vorrebbe convincere della falsità di un’informazione vuol dire condurli a rifiutare la posizione a prescindere.

Dunque, occorre affrontare il problema da un’angolazione differente. Bisogna ragionare sui modi efficaci e praticabili per affrontare questi flussi informativi e gestire i problemi della disinformazione che si crea nel digitale.

Quali metodi offrire quindi ai *debunkers* per far leggere meglio il mondo a coloro che credono di avere già tra le mani la verità (che poi tale non è)?

⁵² C. Giaccardi, N. Jurgenson, *The Remaking of Truth in the Digital Age*, Milano, Comunicazioni Sociali, 3, 2017.

⁵³ M. Ferraris, *post-verità e altri enigmi*, Bologna, Il Mulino, 2017.

⁵⁴ F. Paglieri, *Disinformazione felice*. op.cit., p. 186.

⁵⁵ W. Quattrococchi, A. Vicini, *Misinformation. Guida alla società dell’informazione e della credulità*, Milano, Franco angeli, 2016.

2.3 SOCIAL MEDIA E POLARIZZAZIONI: IL RUOLO DI ECHO CHAMBERS E FILTER BUBBLES

Come riportato nel libro di Gérald Bronner, e Jean Paul Krassinsky⁵⁶, vi sono due famose fotografie che circolavano un po' di tempo fa: una mostrava la folla presente al discorso di inaugurazione del presidente Barack Obama nel gennaio del 2009 e l'altra quella presente con il presidente Donald Trump nel gennaio del 2017.



FIG 4: folla presente al discorso di inaugurazione di Obama sulla sx e di Trump sulla dx. Fonte: agi.it

La folla presente per Obama riempiva fino all'inverosimile in National Mall, il viale di Washington che collega il Campidoglio al Washington Memorial: per la nomina del presidente afroamericano erano presenti oltre un milione e ottocentomila persone.

Per la nomina di Trump ce ne furono tra le 300 e le 600 mila, un numero indubbiamente significativo, ma evidentemente molto lontano da quello raggiunto da Obama.

Le fotografie mostravano un viale che, per la nomina di Trump, confrontato con quello per Obama, sembrava quasi vuoto.

Eppure, nonostante l'evidenza fotografica di quel fatto e la facile verificabilità di esso, la squadra elettorale di Trump affermò che la sua fosse stata l'inaugurazione più affollata della storia. Il fatto interessante è che, nonostante l'evidente caso di *fake news*, i sostenitori di Trump, interpellati, erano pronti ad ignorare l'evidenza

⁵⁶ G. Bronner, J.P. Krassinsky, *Fake news: Smascherare le teorie del complotto e le leggende metropolitane*, Milano, Edizioni Sonda srl, 2019, pp. 8-9.

fotografica, affermando che le foto fossero state falsificate per mettere in cattiva luce il presidente americano.

Com'è possibile arrivare a negare anche l'evidenza?

In questi casi entra in gioco uno dei *bias* che spesso guidano i ragionamenti: il “pregiudizio di conferma”. Con ciò si intende il fatto che ognuno tende solamente a cercare informazioni e notizie che confermino le proprie convinzioni, rifiutando invece quelle che le contraddicono, nonostante la loro tangibilità⁵⁷. Si verifica, infatti, ciò che Leon Festinger, definisce “dissonanza cognitiva”⁵⁸, ossia la presenza di cognizioni o pensieri contrastanti in un individuo al punto da creare disagio al soggetto, che può essere risolto solamente rifiutando l'elemento più debole.

Così, tra le credenze radicate di un individuo e un'informazione che ne entra in contrasto, l'elemento più debole sarà quest'ultimo, che verrà quindi rifiutato.

Chi nega il cambiamento climatico lo fa perché ne teme le regolamentazioni a riguardo che potrebbero restringere le libertà dei commerci, non perché ne discute davvero le prove scientifiche. Chi crede al creazionismo, non contesta l'evoluzione tramite delle prove scientifiche, ma lo fa perché teme che le sue credenze religiose possano risentirne.

Ecco allora che, tornando all'esempio iniziale delle nomine dei due presidenti americani, si spiega la negazione dell'evidenza fotografica da parte dei sostenitori di Trump: si preferisce rifiutare i fatti che vanno in contrasto con le proprie credenze e si accettano falsità, anche evidenti, pur di non rischiare di mettere in discussione il proprio sistema di valori.

Questo meccanismo, con lo sviluppo del web, si è amplificato. Andare contro un *frame* accolto dall'opinione pubblica e dato per assodato, viene in genere avvertito come una minaccia. Quando si percepisce che le proprie idee ed opinioni sono in contrasto con quelle della maggioranza si prova disagio ad esprimerle⁵⁹.

Il web, in questo campo, ha condotto ad una svolta significativa: i gruppi che prima percepivano disagio nell'andare controcorrente, ora in rete trovano i loro spazi per esprimersi e rafforzare i consensi, circondandosi di individui che possiedono la stessa linea di pensiero. La sfida più significativa a qualsiasi teoria pubblica condivisa è che gli esseri umani, quando hanno la possibilità di scegliere con chi entrare in

⁵⁷ G. Bronner, J.P. Krassinsky, *Fake news*, op. cit.

⁵⁸ L. Festinger, *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford, Stanford University Press, 1957.

⁵⁹ B. Mastroianni, op.cit. pp. 79-80.

contatto o meno, tendono a stabilire e mantenere relazioni con persone che hanno opinioni simili alle loro, finendo così per rifiutare ed opporsi a chiunque porti delle visioni differenti dalle loro.

In effetti tale comportamento è un riflesso naturale degli esseri umani: di fronte alla minaccia di mondi esterni, la reazione più istintiva è quella di rifugiarsi nella propria zona sicura, dove si hanno interlocutori conosciuti e di cui ci si fida.

Si tratta di una maggiore fiducia nei “vicini” che conduce le persone a fidarsi maggiormente e prima di tutto di amici e familiari. Il problema sussiste, però, quando si finisce per formare convinzioni su base emotiva al posto di conoscenze su base razionale.

Qualsiasi tipo di contenuto diverso rispetto alla narrativa condivisa viene, nella maggior parte dei casi, ignorato o rifiutato. È un modo che si ha per dare senso alle cose che non si conoscono, senza doverle ogni volta approfondire e studiare. La mente umana sembra così adottare una serie di scorciatoie definite, in gergo tecnico, euristiche⁶⁰, che servono a regolare i processi decisionali e di selezione delle informazioni fornendo una comoda rappresentazione della realtà.

Oggi, attraverso il web sempre a portata di mano con un semplice clic, siamo immersi in conversazioni globali e flussi informativi di tutti i tipi. Eppure, il mondo dei social network, ci espone al rischio costante di essere esposti solamente a ciò che conferma le nostre convinzioni, senza incontrare ciò che le mette in discussione. Quello che vediamo sui social non arriva solamente dall’attività dei profili che seguiamo, ma è frutto di una selezione operata da un algoritmo pensato per facilitare gli utenti alla visione di ciò che più gli interessa.

Tale funzione è tesa quindi a facilitare la vita ma, come tutti gli automatismi, può diventare un limite per gli utenti: c’è infatti il rischio che i social si rivelino come una “bolla”⁶¹ in cui vengono presentati solo certi temi, con una determinata prospettiva e condivisi solamente da persone affini.

La sensazione che si ha di essere collegati con il resto del mondo attraverso i profili social, potrebbe non essere del tutto veritiera. Al contrario, c’è il rischio di essere rinchiusi nel proprio orticello di notizie condivise dal proprio giro di amici o persone con gli stessi interessi e linee di lettura del mondo. Queste piattaforme

⁶⁰ C. Wardle, H. Derakhshan, *Information Disorder*, op. cit.

⁶¹ E. Pariser, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, New York, Penguin Books Ltd, 2012.

rafforzano le proprie visioni del mondo e permettono di rimanere nelle confortevoli camere d'eco.

Il problema fondamentale è che le "bolle di filtraggio" peggiorano la polarizzazione, permettendo di vivere in contatto solo con opinioni che convalidano le proprie idee piuttosto che metterle in discussione. Gli agenti che creano disinformazione sanno che, quando le persone condividono questi messaggi, lo faranno sempre più dall'interno delle loro camere d'eco, senza nessuno che metta in discussione le idee. Ciò significa che è molto meno probabile che le persone che fruiscono di questi messaggi abbiano un atteggiamento critico, pertanto, gli agenti si rivolgono a gruppi che sanno essere più ricettivi rispetto al messaggio.

Questo è il motivo per cui la disinformazione può essere diffusa così rapidamente: viaggia tra reti peer-to-peer dove la fiducia tende ad essere alta. Per poter essere informati come si deve, in modo oggettivo e non polarizzato, bisogna cercare di uscire dalla propria *echo chamber*, vincendo la naturale tendenza a cercare conferma delle proprie credenze, cosa che anche internet e i social possono aiutare a fare, se utilizzati in maniera più consapevole.

2.4 COSPIRAZIONISMO, POLARIZZAZIONE E FAKE NEWS

I social media hanno condotto ad un processo di disintermediazione, ossia hanno consentito un percorso diretto delle informazioni dai produttori ai consumatori di contenuti⁶².

Il sovraccarico a cui ha condotto il web non è soltanto di informazioni e contenuti, ma è soprattutto un sovraccarico di discussioni: si è costantemente alle prese con questioni che qualcuno attorno costruisce, prendendo poi posizione rispetto ad esse⁶³. Ciò ha portato ad un cambiamento rispetto ai metodi di informazione, dibattito e formazione delle opinioni degli utenti ed ha condotto ad un aumento di confusione e speculazioni, voci e teorie fuorvianti.

⁶² Cfr. G. Bonanomi, *La disintermediazione digitale in tutte le sue forme: opportunità e lati negativi*, Agenda Digitale, 2021, www.agendadigitale.eu, visitato il 30/06/2022.

⁶³ B. Mastroianni, *Litigando si impara*, op. cit, p.34.

L'enorme quantità di contenuti forniti dagli utenti e disponibili sui social media online facilita l'associazione delle persone attorno a specifici interessi, punti di vista e narrazioni condivise⁶⁴.

Nonostante i vantaggi e le potenzialità positive dell'intelligenza collettiva, voci infondate e teorie complottiste, come quelle formulate sugli effetti dei vaccini o sulle scie chimiche, sono molto diffuse nei social network.

Per quanto si ponga attenzione nel non diffondere queste teorie, qualsiasi contatto presente sui social network è possibile che divulghi questo tipo di contenuti: con poco si può arrivare a prendere certe notizie come vere, esserne colpiti emotivamente ed essere spinti a volerne sapere di più in merito. È proprio così che si innesca il processo che produce una mole di informazioni errate, ma coerenti con l'attitudine dell'utente, che attiva un processo di "*proattitudinal information*"⁶⁵, alimentando sempre di più le conoscenze e le ricerche sul tema. Ciò risponde alla domanda di soggetti polarizzati, che alimentano la disinformazione e la ricerca di fonti alternative.

Cospirazionismo, polarizzazione e *fake news* intrattengono, insomma, legami profondi.

Vi sono due spiegazioni psicologiche che conferiscono potere e fomentano questi modi di ragionare: da una parte il bisogno di consolazione, dall'altra quello di comprensione.

Le teorie cospirazioniste, infatti, offrono narrazioni che da un lato forniscono spiegazioni semplici riguardo argomenti importanti e complessi, dall'altro sollevano da ogni responsabilità chi le accetta. Le narrazioni fondate su teorie del complotto tendono a diminuire la complessità della realtà e sono in grado di contenere l'incertezza che generano. Le loro argomentazioni spesso comportano il rifiuto della scienza e invocano spiegazioni alternative per sostituire l'evidenza scientifica. Questo perché la psicosi del complotto si nutre del desiderio di evitare le responsabilità: se la colpa è di altri vuol dire che non è la propria e non ci si può far nulla, ergo, si può continuare a farsi gli affari propri⁶⁶.

⁶⁴ M. Castells, *Comunicazione e potere*, op.cit.

⁶⁵ Cfr. D. Grimaldi, *Social media e teorie del complotto: perché si diffondono e come vaccinarsi*, 2021, <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/social-teorie-complotto/.eu>, visitato il 30/06/2022.

⁶⁶ F. Paglieri, *Disinformazione felice*, op. cit, p. 122-123.

Un esempio attuale è quello dei negazionisti del Covid 19, ovvero gruppi di persone che negano la reale esistenza della pandemia definendola, scegliendo una tra la pluralità di teorie emerse, un complotto dei poteri forti per avere il controllo della popolazione: così, l'ansia e la preoccupazione per il virus diminuiscono e la comprensione di miriadi di informazioni scientifiche a riguardo può essere evitata, assieme al rispetto delle regole imposte.



FIG 5: post Facebook di Stefano Puzzer

Riportando un caso specifico: ecco un *post* di Stefano Puzzer (leader del movimento “no green pass” di Trieste) del 17 aprile 2020⁶⁷, con tanto di timbro NWO⁶⁸ (nuovo ordine mondiale) che definisce il Coronavirus come un «esperimento controllato». Da chi? Il post prevede una teoria, priva di prove a suo sostegno, dove afferma che il Sars-Cov-2 sarebbe stato creato negli Stati Uniti, inviato a Wuhan e sparsa con aerei in alcuni paesi selezionati.

Il tutto finanziato da Bill e Melinda Gates Foundation.

Questo esempio mostra come queste teorie trovino spiegazioni semplici per spiegare un fenomeno grave e complesso come la pandemia di Sars-Cov-2. Attraverso questo post viene attribuita tutta la colpa, dalla creazione alla diffusione del virus, ai cosiddetti “poteri forti”: in tal modo, tutta la responsabilità dei cittadini,

⁶⁷ www.facebook.com/stefano.puzzer.

⁶⁸ La teoria del complotto del Nuovo Ordine Mondiale è uno dei più grandi assunti complottisti, secondo il quale un presunto gruppo segreto di potere oligarchico si starebbe adoperando per prendere il controllo di ogni Paese del mondo al fine di ottenere il dominio totalitario della Terra.

seguita dai conseguenti doveri per evitare la diffusione del contagio, vengono meno, in quanto colpa di un potere incontrollabile e al di sopra dei cittadini, che si trovano di conseguenza indifesi e costretti solamente a subirne le conseguenze.

Tutto ciò si ripete sostanzialmente in tutte le teorie complottiste: colpa a poteri alti e cospirazioni contro i cittadini indifesi, spiegazioni semplici e antiscientifiche per evitare la complessità dell'argomento.

Insomma, quello che viene diffuso maggiormente è ciò che protegge il gruppo, che rafforza le sue convinzioni, e che mette tutta la responsabilità del problema nel campo degli oppositori. L'identità vale molto di più di un'opinione.

2.5 È TUTTA COLPA DI INTERNET?

Come affermato nell'articolo del *blogger* Bruno Saetta⁶⁹, i cittadini percepiscono l'attuale sistema di potere come fosse atto a estrarre loro ricchezza e impedire qualsiasi cambiamento. Di fronte a questo i cittadini provano a ribellarsi, facendo pressione per un cambiamento e cercando capri espiatori per i problemi sociali. Molto spesso per esempio, si finisce per dare tutta la colpa ad Internet ed ai social media e, di fronte a tale idea, aumentano sempre più le richieste di limitare o sopprimere la libertà di espressione in forza di una presupposta e infondata superiorità morale di chi invoca la limitazione. Tale idea è aumentata in occasioni in cui i social si sono dimostrati centrali per la diffusione di ideali e l'attuazione di progetti, per esempio, un evento sicuramente significativo in questo campo, riportato nell'articolo, è stata la vittoria di Trump alle elezioni, che ha alimentato una campagna di discredito verso i social media, visti come mezzo di manipolazione delle masse. Ma l'ex presidente non ha fatto altro che utilizzare a suo vantaggio questi nuovi mezzi, così come le precedenti élite avevano fatto sfruttando i vecchi mass media per diffondere le loro idee.

Il problema, infatti, come affermato da Saetta, non è il mezzo (Internet, social o tv), ma riguarda la società e i progressivi cambiamenti che la stanno conducendo verso una polarizzazione sempre più accentuata, e ciò non dipende solo dai media, ma dipende dagli individui stessi e da ciò che la società premia. Il riflesso mentale

⁶⁹ B. Saetta, *Un mondo di muri: siamo sempre più polarizzati, ma non è colpa di Internet*, Valigia Blu, 2020, www.valigiablu.it/polarizzazione-internet/, visitato il 18/07/2022.

che spinge a sentirsi costantemente chiamato a schierarsi, a esprimere una posizione che ci pone in contrasto con chi è diverso da noi è ormai permeato nelle nostre abitudini comunicative.

Le tendenze emergenti riportate nell'articolo sono:

1. Un progressivo aumento delle regolamentazioni (statali o dei privati) con lo scopo di restringere gli spazi di discussione online. Ciò, se fatto nella maniera sbagliata, può portare ad un'eccessiva censura con pesanti ricadute sulla libertà di espressione. Per esempio, una regolamentazione sulle *fake news* affidata ad un'impresa privata col compito di sorvegliare i propri server e cancellare tutto ciò che è inadatto, può far sì che l'azienda che funge da sceriffo cancelli tutto ciò che può creargli dei problemi dal punto di vista economico, limitando così la libertà di espressione;

2. Le persone realmente disposte a discutere con altri e informare, tendono progressivamente a chiudersi tra loro, attraverso podcast, newsletter e gruppi, lasciando lo spazio di discussione libero a disposizione dei soggetti non collaborativi e polarizzati che pubblicano per lo più materiale discutibile;

3. Alcune strategie di propaganda e comunicazione politica puntano a spaventare i cittadini facendo credere loro che Internet non sia uno spazio sicuro, ma al contrario una piattaforma che pullula di truffatori e di *fake news*. In tal modo sono i cittadini stessi che finiscono per chiedere regolamentazioni più restrittive;

4. Le pressioni dei governi e dei cittadini conducono le piattaforme del web a frammentare in gruppi più ristretti lo spazio di discussione, e a permettere loro di bloccare, bannare ed impedire ad altri di interagire con loro, portandoli così a rinchiudersi nelle proprie bolle e permettendo loro un'interazione solamente con gruppi ristretti e vicini (territorialmente ed idealmente).

Abbandonare Internet, i social e gli smartphone: sempre più costante è l'invito a smettere di dialogare e di partecipare ai dibattiti sociali e politici, ritirarsi dietro muri fisici e virtuali, perché online c'è pericolo. I muri fisici e virtuali che isolano le persone da chi è più distante da loro rende sempre più difficile la comunicazione tra loro e la comprensione delle loro idee e motivazioni, alimentando così la sfiducia negli altri. Il dibattito tra gruppi chiusi non fa altro che aumentare la polarizzazione degli individui e i problemi che ne seguono.

Non bisogna dimenticare però, che ritirarsi e uscire dal flusso mainstream, toglie la possibilità di essere influenzati dalle nuove tecnologie, ma esistono ancora

la tv, i giornali, la radio, che non smettono di influenzare e che vengono spesso sottovalutati. Il ritiro dallo spazio pubblico lascia spazio ad altri di definirlo. Lasciarlo nelle mani di persone già polarizzate può solo condurre ad una maggiore polarizzazione dell'intera società. Non esiste una tecnologia che può distruggere una società con uno spazio pubblico funzionante, e nemmeno una in grado di aggiustarla. Sicuramente i media hanno alcune responsabilità, legate soprattutto al loro interesse al profitto più che alle conseguenze sociali, ma il problema non viene solo da loro, ma è dentro la società: l'egoismo prevale e proteggere i propri interessi personali e i propri ideali vince la preoccupazione e il sacrificio per il bene collettivo. Il vero "social dilemma", forse, è proprio questo.

2.6 COSA NON FARE CON LE FAKE NEWS

I tentativi proposti da *debunkers* e *fact-checkers* per contrastare le *fake news* e la disinformazione si sono finora concentrati nella smentita di notizie fasulle tramite articoli giornalistici di *debunking* o attraverso certificazioni di autorevolezza delle fonti.

Come trattato nel primo capitolo, anche i principali social network come Facebook e Twitter si sono adoperati in tal senso. Ciononostante, tali misure non sempre si sono rivelate efficienti.

Per coloro che sono propensi a leggere le notizie e le varie informazioni ricevute con un occhio un po' più critico, queste iniziative di *fact-checking* e *debunking* sono accolte di buon grado e i controlli e le conseguenti smentite si rivelano molto utili. Al contrario, gli utenti più polarizzati e rinchiusi nella propria *echo chamber* tendono ad evitare di mettere in discussione le proprie credenze e considerano tali contromisure come delle iniziative promosse da chi cerca di oscurare quella che secondo la loro visione viene considerata la verità taciuta.

Ciò viene confermato anche da uno studio pubblicato su PLOS *One*⁷⁰ da un team internazionale guidato da ricercatori italiani, che si sono occupati di analizzare l'attività su Facebook di 54 milioni di utenti durante cinque anni. Sono stati analizzati i post, i 'like' e i commenti pubblicati su 83 pagine americane di carattere scientifico presenti su Facebook, 330 pagine complottiste ed, infine, 66 pagine di *debunking*,

⁷⁰ F. Zollo, A. Bessi, M. Del Vicario, A. Scala, G. Caldarelli, L. Shekhtman, S. Havlin, W. Quattrociocchi, *Debunking in a world of tribes*, op. cit.

per un totale di cinquantamila post. La ricercatrice e prima autrice dell'articolo, Fabiana Zollo, spiega: «La prima cosa che abbiamo osservato è che non c'è alcun incontro fra queste due comunità, quella che potremmo chiamare scientifica e quella dei complottisti», questo perché un grosso problema del *debunking* è il contesto in cui si muove, ovvero un ambiente di individui fortemente polarizzati e inondati dal *confirmation bias*: chi è già predisposto ad ascoltare le posizioni scientifiche finirà per apprezzare i tentativi di *debunking*, al contrario, chi ne trarrebbe maggior beneficio tende invece a respingerli.

Qual è quindi il problema di fondo?

Il problema riguarda principalmente la pratica del *debunking*. Mentre il *fact-checking* si occupa dell'accertamento dei fatti ed è neutro rispetto a ciò che si aspetta di trovare, quando si fa *debunking* di qualcosa si presuppone fin da subito la falsità dell'informazione in analisi; il *fact-checker* è uno scettico senza preconcetti su quanto si accinge a verificare, il *debunker* ha invece un atteggiamento più schierato, sospettando fin da subito che l'informazione sia una bufala. In tal senso, l'attività del *debunker* può cadere in atteggiamenti aggressivi e polarizzati (“nazi-*debunking*”, come lo definisce Fabio Paglieri⁷¹).

Come già affrontato nel primo capitolo, il *debunking* è quell'attività di giornalismo, che costituisce quasi una modalità di attacco frontale ai complottisti, atta a contrastare le *fake news*.

Oggi i giornalisti che vogliono misurarsi con i principali temi caldi del dibattito pubblico (quali vaccini o cure alternative, scie chimiche, alieni o altre idee pseudoscientifiche) si avvicinano a questi scrivendo articoli di *debunking* per cercare di mostrare la falsità delle notizie a coloro che non vogliono credere ai dati, smontando pian piano tutti i pezzetti che compongono la loro torre di informazioni in modo da farla crollare sotto i loro occhi.

Così spiegato può sembrare ciò che i giornalisti hanno sempre fatto, ma la differenza è che il *debunker* odierno, unito al suo modo didascalico di argomentare, finisce spesso con l'utilizzo di toni scontroso e militareschi con l'intento di farsi ascoltare e imporre la sua voce sopra le tante in circolo.

Se si analizza però il metodo del *debunking* stesso, è la torre del debunking a non essere così salda: i suoi metodi così aggressivi non funzionano contro le *fake news* in quanto porta a raggiungere solamente chi è già in accordo con le posizioni

⁷¹ F. Paglieri, *Disinformazione felice*, op. cit., p. 149.

espresse. Proprio questa tendenza a schierarsi in modo netto e categorico e con questi toni bruschi rappresenta il limite del *debunking*: il ricorso a toni polemici fra *debunkers* e complottisti, invece di portare alla conversione di questi ultimi ed alla comprensione dei loro errori, può condurre ad un rafforzamento degli schieramenti e ad un ulteriore inasprimento della polarizzazione. Il problema quindi, è il fatto che gli smascheratori di bufale talvolta potrebbero comportarsi proprio come coloro che cercano di combattere, adottando il loro stesso atteggiamento estremamente polarizzato.

Ecco una serie di esempi che riguardano David Puente⁷², noto giornalista e *debunker* italiano, che da anni si occupa di smascherare le notizie fuorvianti che circolano nel web e nei giornali:



FIG 6, 7: tweet e risposte di David Puente

⁷² www.twitter.com/DavidPuente.



FIG 8, 9: tweet e risposte di David Puente

Come si può vedere, Puente, nell'intento di smascherare delle *fake news* e di mettere in guardia dalla disinformazione, riceve dei commenti che contrastano con quanto da lui pubblicato, commenti fortemente polarizzati, provocatori e contenenti insulti verso il *debunker*. In situazioni come queste, le risposte da lui fornite hanno un tono sarcastico e provocatorio, e dal punto di vista comunicativo rivelano scopi di posizionamento nello sminuire e porre l'altro in una condizione di inferiorità rispetto al giornalista. Il *debunker* risponde ad alcuni commenti attraverso l'uso di argomenti *ad homine*, ossia attraverso una critica personale (con lo scopo di posizionarsi e screditare) al posto di contestare in merito al tema⁷³ ("se lei è ignorante è un problema suo", "lei è un caso perso", "che disagio che dimostra"). Ecco che chi sta dall'altra parte e contrasta con la sua idea, non sarà propenso a badare al contenuto del *tweet*, ma diversamente si sentirà attaccato e risponderà con un maggior distacco e un conseguente aumento della polarizzazione delle sue idee. A tal proposito si sono espressi anche degli esperti di *debunking*, i membri del CICAP⁷⁴, che consigliano cautela: «abbiamo constatato da tempo che i toni aggressivi non sono affatto efficaci con chi è dubbioso e rischiano di

⁷³ Bruno Mastroianni, *Litigando si impara*, op.cit.

⁷⁴ Comitato italiano per il controllo delle affermazioni sulle pseudoscienze.

allontanarlo, anche se piacciono a chi è già dalla nostra parte»⁷⁵ In contesti altamente polarizzati, quindi, *debunking* e *fact-checking* vanno usati con grande cautela a fini argomentativi.

2.7 ARGOMENTAZIONE DIGITALE EFFICACE NELL'ERA DELLE POLARIZZAZIONI

Come già trattato, il problema principale nelle discussioni è l'effetto *echo chamber*: le proprie idee, condivise con un gruppo che possiede opinioni simili ed omogenee, diventano come uno scudo difensivo contro le opinioni divergenti. Si traccia così una sorta di confine tra un "noi" e un "loro" che entrano in posizione di contrasto, senza riuscire a trovare una via di dialogo. Si crea una distanza apparentemente impermeabile e si sollevano barriere che non permettono la comunicazione.

Per un *debunking* che funziona, come spiega Fabiana Zollo, il primo passo è abbassare i toni per appianare la polarizzazione. «Urlare, umiliare, sgridare non serve, anzi, sortisce l'effetto opposto: allontanano un possibile uditore, contribuendo a rinforzare il suo sistema di credenze»⁷⁶.

La chiave per riuscire ad oltrepassare le barriere non è quindi schierarsi e prendere le distanze da chi sembra non voler capire ma, al contrario, la soluzione dovrebbe piuttosto essere quella di avvicinarsi: andare a cercare l'altro nella sua bolla per entrare in relazione con lui è il primo passo per abbattere i muri e aprire un dialogo.

Come fare? Le buone pratiche di argomentazione suggeriscono il concetto di riconoscimento positivo dell'altro⁷⁷, che consiste nel prendere in considerazione le idee altrui come degne di attenzione, senza confutarle in partenza.

Se gli si oppongono obiezioni, sarà necessario farlo partendo da riferimenti e idee che appartengono al suo mondo.

Si tratta della tecnica dell' "accettare in parte"⁷⁸, applicabile soprattutto online, ovvero si cerca di riconoscere una parte che si può accettare, per poi fare delle

⁷⁵ Cfr. Andrea Ferrero, *Il debunking è inutile?* CICAP, 2016.

<https://www.cicap.org/n/articolo.php?id=276160>, visitato il 20/07/2022.

⁷⁶ F. Zollo, A. Bessi, M. Del Vicario, A. Scala, G. Caldarelli, L. Shekhtman, S. Havlin, W. Quattrociocchi, *Debunking in a world of tribes*, op.cit.

⁷⁷ B. Mastroianni, op.cit. p. 85.

⁷⁸ Ivi, pp. 87-90.

distinzioni partendo da quella: in questo modo si cerca di muovere l'argomentazione a partire da punti di riferimento che siano accettabili per l'interlocutore (dal punto di vista del contenuto) e, allo stesso tempo, si dimostra il proprio interesse nel collaborare e nel dare spazio alla differenza di opinioni (dal punto di vista della relazione).

Quali sono i modi principali?

- *Concordare sulle premesse e divergere sulle conclusioni o viceversa*: alle volte vi sono questioni poste con premesse accettabili, ma che conducono a conclusioni divergenti, oppure il contrario. In questi casi, accettare la parte condivisibile prima di esporre quella divergente permette di sostenere la discussione e dissentire mantenendo un aggancio relazionale sul punto di accordo.

- *Integrare o minimizzare*: integrare informazioni quando l'obiezione è ragionevole ma non contiene tutti gli elementi necessari, oppure minimizzare l'argomento e circoscriverlo quando viene generalizzato.

- *usare il "dipende"*: utile a ridurre la portata delle affermazioni altrui e a riformulare il tema trattato aggiungendo visioni differenti.

Questi metodi aiutano la contraddizione proficua sforzandosi di adottare il punto di vista dell'altro (aiutando così ad avere la sua attenzione e una maggiore fiducia) per poi contraddirlo dall'interno della sua concezione, attraverso il metodo dell'argomentazione.

Una volta entrato nella bolla polarizzata dell'interlocutore bisogna rendersi capaci di porre le cosiddette "domande potenti"⁷⁹, ovvero questioni che permettono di porre dubbi e mettere in discussione le argomentazioni dell'altro a partire dall'interno del suo mondo.

Un buon esempio di argomentazione contro una disinformazione è dato dal TikToker Marco Martinelli⁸⁰, esperto in biotecnologie che, sul suo canale, comunica le scienze con esempi pratici e divertenti. In uno dei numerosi video da lui pubblicati⁸¹, si occupa di far chiarezza riguardo una *fake news* circolata in Belgio, e diffusasi anche in Italia, che consigliava l'assunzione di iodio come protezione contro le sostanze radioattive, in quanto in quel periodo vi era una grande paura provocata

⁷⁹ B. Mastroianni, *La disputa felice*. op.cit., p.103.

⁸⁰ www.tiktok.com/@marcoilgiallino

⁸¹ www.tiktok.com/@marcoilgiallino/video/7071562180293971206?_r=1&_t=8UIi18QbMEI&is_from_webapp=v1&item_id=7071562180293971206

dall'invasione russa in Ucraina e i combattimenti intorno alla centrale nucleare di Chernobyl. La notizia provocò un boom della domanda di compresse a base di iodio nelle farmacie. Nel video in questione Martinelli spiega quanto di sbagliato si cela dietro questa notizia, e lo fa in maniera molto efficace secondo il punto di vista argomentativo che stiamo adottando.

Il TikToker inizia il video con la frase “quello che sta succedendo chiaramente ci preoccupa ma non dobbiamo fare scelte pazzе...”: con questo inizio, egli stabilisce da subito una sorta di contatto empatico con coloro che, spaventati, hanno creduto alla notizia, giustificando la loro preoccupazione. Martinelli prosegue poi con una ricapitolazione accurata di quanto era stato detto nell'iniziale notizia, analizzando i motivi che hanno portato a pensare che assumere iodio potesse essere di aiuto. In questa fase resiste ad essere troppo “giudicante” nei confronti delle interpretazioni infondate e si dedica piuttosto a ripercorrere i passaggi, facendone notare a mano a mano le contraddizioni. Solo alla fine del percorso fornisce una spiegazione esaustiva dei motivi per il quale la notizia sarebbe fuorviante: lo iodio potrebbe essere efficace, ma solamente se preso un momento prima dello scoppio della bomba nucleare, purtroppo impossibile da prevedere.

Il TikToker non solo utilizza in maniera funzionale un medium come TikTok (molto usato dai giovani) per fare divulgazione scientifica, ma lo fa anche utilizzando un'argomentazione che ha come intento principale quello di andare in contro alle vittime della disinformazione, catturare la loro attenzione (senza scatenarne l'ira) e, magari, persuaderle a porsi qualche domanda in più sull'argomento.



FIG 10: TikTok di Marco Martinelli

La strategia adottata da Martinelli è quindi quella di un *debunking* aperto a considerare le fragilità e le idee fuorvianti, disponibile ad ascoltare e considerare altri punti di vista, senza rinunciare all'esposizione della fondatezza dei propri argomenti. Un *debunking* che ricorda che si ha anzitutto a che fare con persone anche vulnerabili e per questo pronte a difendersi di fronte ad attacchi esterni.

Nel testo "Trattato dell'argomentazione"⁸², Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca fanno una distinzione che si basa sulle caratteristiche dell'uditorio al quale ci si rivolge: distinguono la persuasione dal convincimento. Gli scrittori affermano che convincente è un'argomentazione che si ritiene possa ottenere l'adesione di qualunque essere ragionevole (cioè rivolta a un uditorio universale), mentre è persuasiva un'argomentazione che pretende di valere soltanto per un uditorio particolare. Per chi si preoccupa del carattere razionale dell'adesione, convincere è più efficace di persuadere; la persuasione invece riguarda più il carattere emozionale, l'immaginazione, il sentimento, ossia tutto ciò che si nutre anche di motivazioni affettive e personali. Un convincimento, però, può entrare in conflitto con quello di chi la pensa diversamente.

Potremmo dire quindi che a volte i *debunkers* possono cadere nel limite di limitarsi al convincere tralasciando il persuadere. Ossia smascherare le notizie false avendo in mente un uditorio universale predisposto alla razionalità invece dell'uditorio particolare e reale delle persone che a quelle idee resistono per motivi non per forza razionali. Una buona argomentazione basata invece sulla persuasione, volta a far ragionare dei soggetti specifici già chiusi nelle loro idee, può aiutare a far sorgere in loro dei dubbi e portarli a ragionare anche al di fuori della loro bolla polarizzata.

⁸² C. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Torino, Einaudi, 2001, pp. 28-33.

CAPITOLO 3

CASO COVID-19

Nel capitolo precedente sono state illustrate le dinamiche che possono verificarsi quando si interagisce con informazioni non del tutto attendibili, i rischi che il *debunking* porta con sé, quando fatto in modo eccessivamente scontroso e poco aperto all’ascolto di diverse vedute e privo delle argomentazioni più adatte a essere utilizzate con soggetti polarizzati.

In questo terzo e ultimo capitolo, a seguito di quanto discusso dinanzi, verrà presentato come il fenomeno della disinformazione ha influito, e continua ad influire, durante il periodo di pandemia Covid-19, iniziata nel marzo 2020. Verrà illustrato come il sovraccarico informativo dei media ha contribuito a creare un grande disordine informativo e come la comunicazione nei tempi di crisi sia cruciale e possa influire nel comportamento delle persone. In particolare, verrà sostenuto che attraverso alcuni accorgimenti argomentativi è possibile affrontare la disinformazione tentando di raggiungere anche individui polarizzati e rinchiusi nella propria bolla informativa. Si tratta di una strategia di comunicazione che punta ad arrivare al maggior numero di utenti e aprire uno spiraglio di dubbio anche a chi non sembrava volerlo fare.

3.1 CONTESTO INFORMATIVO ODIERNO E CONSEGUENTI VULNERABILITA’: CASO COVID-19

Le *fake news*, come sostiene Fabio Paglieri in “Disinformazione felice”⁸³ sono pericolose perché, se non analizzate in modo critico, possono cambiare la percezione della realtà e influenzare le opinioni delle persone.

⁸³ F. Paglieri, *Disinformazione felice*, op. cit., p. 11.

In rete gli utenti si comportano pressoché come una folla di una piazza, dove si rischia di perdere la cognizione di se stessi rimanendo preda degli istinti più irrazionali e, spesso, più brutali⁸⁴.

Come sostiene Paglieri, però, in questa visione un po' paternalistica e semplicistica gli utenti vengono visti solamente come vittime della disinformazione online, mentre invece hanno anche un ruolo attivo. Ognuno è infatti dotato di capacità di giudizio da esercitare di fronte a qualsiasi fonte di disinformazione ed inoltre, spesso, lungi dall'essere solamente consumatori passivi, si è anche produttori e divulgatori di notizie.

Un esempio calzante della responsabilità collettiva nella diffusione della disinformazione lo ha fornito il caso della recente diffusione della pandemia Covid-19 in Italia.

La paura del cosiddetto coronavirus ha aumentato la sete di notizie⁸⁵. Come accade spesso con le pandemie, la comunicazione delle informazioni ai cittadini non è stata, e tutt'ora non è, facile da gestire: da un lato vi era la voglia di tranquillizzare i cittadini ed evitare allarmismi, sottolineando quindi l'alto tasso di guarigioni nei soggetti sani e in assenza di patologie; dall'altro lato si voleva far capire la serietà della situazione e la necessità di attuare le misure necessarie per limitare il contagio ed evitare situazioni insostenibili dal punto di vista sanitario. Ciò rendeva difficile la situazione comunicativa perché, se da una parte si volevano stemperare eventuali reazioni eccessive per di chi non correva grossi pericoli, dall'altra si rischiava di incoraggiare retropensieri egoistici che badavano alla propria salute, non curandosi dei soggetti più deboli. Il tutto complicato ulteriormente dalla novità del virus e quindi dall'incertezza dei dati a riguardo, come il tasso di mortalità o di trasmissione del virus che cambiava in base al metodo utilizzato per stimarlo⁸⁶.

A fronte di una tale situazione comunicativa, la disinformazione è sfuggita spesso di mano: si è passati da un iniziale attacco contro gli asiatici, visti come minaccia (la pandemia, come è noto, ha infatti iniziato a diffondersi in Cina), a misure severissime prese in Italia, il tutto arricchito da chiacchiere e informazioni non del tutto attendibili che trapelavano sui social media.

⁸⁴ Cfr. *Fake News*, www.matteorenzi.it/fake-news/, visitato il 05/07/2022.

⁸⁵ Cfr. G. Frezza, *Fake news e Covid-19, quanto è importante il "debunking" degli esperti*, Sanità Informazione, 2020. www.sanitainformazione.it/salute/fake-news-covid/, visitato il 05/07/2022.

⁸⁶ F. Paglieri, *Disinformazione felice*, op. cit., pp. 13-14.

Certo è, come sostiene Paglieri⁸⁷, che le istituzioni e i media tradizionali hanno avuto le loro responsabilità, impreparati di fronte ad una tale situazione inaspettata, hanno dimostrato scarse capacità coordinative, presentando poi spesso interventi contraddittori e improvvisi cambi di strategia comunicativa. Dall'altro lato però, è impossibile non vedere l'enorme ruolo che ha giocato l'informazione fatta dagli utenti attraverso passaparola e vademecum improvvisati su come comportarsi con la pandemia distribuiti da oratori privi di competenze in materia. Non ha aiutato nemmeno che gli esperti spesso entrassero in contraddizione e si scontrassero sugli stessi canali: un esempio riportato dallo scrittore riguarda il diverbio mediatico che ha visto protagonisti Roberto Burioni (medico in prima fila per la promozione dell'obbligatorietà dei vaccini) e la dott.ssa Maria Rita Gismondo (responsabile di Microbiologia clinica, Virologia e Diagnostica bioemergenze dell'Ospedale Luigi Sacco, Milano); quest'ultima aveva attirato via social le critiche del medico definendo eccessivo il timore per il Covid-19, da lei descritto come «un'infezione appena più seria di un'influenza».

Il punto critico di questa discussione è che entrambi avevano ragione: come sostenuto da Gismondo, molti contagiati presentavano sintomi lievi e incoerenti con le descrizioni allarmanti imperanti in quel momento, ma era vero anche, come sostenuto da Burioni, che il paragone con un'influenza era inadatto e fuorviante, vista la gravità della situazione pandemica e gli alti tassi di mortalità.



Maria Rita Gismondo



Mio bollettino del mattino. Il nostro laboratorio ha sfornato esami tutta la notte. In continuazione arrivano campioni. A me sembra una follia. Si è scambiata un'infezione appena più seria di un'influenza per una pandemia letale. Non è così. Guardate i numeri. Questa follia farà molto male, soprattutto dal punto di vista economico. I miei angeli sono stremati. Corro a portar loro la colazione. Oggi la mia domenica sarà al Sacco. Vi prego, abbassate i toni! Serena domenica!

FIG 11: post Facebook di Maria Rita Gismondo (www.facebook.com/maria.gismondo)

⁸⁷ Ivi, pp. 14-15.



FIG 12: post Facebook di Roberto Burioni (www.facebook.com/robertoburioniMD)

Il problema di questo diverbio avvenuto su Facebook (tra i numerosi verificatisi) è il non aver aiutato la comprensione del fenomeno, soprattutto in quanto avvenuto tra due esperti accreditati. Al contrario, l'accaduto ha soltanto generato il formarsi di due fazioni opposte che, anziché cercare di capire e trovare una soluzione ad un fenomeno così complesso, erano impegnate nel litigare senza giungere ad alcun approdo conoscitivo.

Il problema, al giorno d'oggi, afferma Paglieri, nasce quindi dall'incrocio tra le pratiche informative e comunicative consolidate degli individui e un contesto informativo integralmente mutato e in rapida evoluzione. Tali pratiche informative, dove non vi sono limiti spaziali e le informazioni sono disponibili in tempi ridottissimi e provenienti da una pluralità di fonti, espongono a sistematiche vulnerabilità.

Ognuno ha acquisito la possibilità di diventare un veicolo di informazioni verso terzi, anche se privi di competenze in merito.

Infine, mentre in passato le pratiche epistemiche avvenivano in contesti privati, oggi avvengono pubblicamente e in presenza di numerosi sconosciuti, con conseguenze per nulla trascurabili.

3.2 NARRAZIONI SUI VACCINI COVID-19

Come affrontato, uno dei problemi principali della comunicazione in tempo di pandemia è la grande quantità di messaggi contraddittori delle istituzioni sanitarie ufficiali e dei media sulla gravità del virus e sull'efficacia delle misure prese a riguardo (mascherine, vaccini...).

Il disordine informativo può portare ad una perdita di fiducia nelle istituzioni e provocare ondate di voci infondate e disinformazione. Le diverse contraddizioni avvenute hanno fornito un terreno fertile per il fiorire di affermazioni false e teorie cospiratorie riguardo la pandemia e i metodi utilizzati dalle istituzioni per fronteggiarla.

In particolare, da quando nel dicembre 2020 hanno iniziato a venire somministrati i primi vaccini contro il Covid-19 negli Stati Uniti, fonti anti vaccino hanno utilizzato il fattore emergenza e la rapidità delle sperimentazioni come un capro espiatorio per spingere la narrativa fuorviante secondo cui le campagne di vaccinazione in corso sono simili a esperimenti di massa⁸⁸.

Nel primo periodo, la diffusione di queste teorie venne in gran parte guidata da reti di disinformazione antiscientifiche di origini filorusse⁸⁹ e nordamericane⁹⁰ che hanno utilizzato metodi sofisticati di amplificazione artificiale per penetrare nelle reti dei principali social media e raggiungere comunità multilingue online.

Poiché, nel giro di poco tempo, dato lo scetticismo e la sottovalutazione della situazione pandemica da parte di molti, diversi Stati membri dell'UE (tra cui l'Italia) hanno annunciato dei piani per imporre le vaccinazioni contro il Covid-19 obbligatorie, molti hanno rafforzato l'idea della sperimentazione di massa, tra cui molti politici di estrema destra (che si sono opposti fermamente a queste misure affermando che i vaccini fossero sperimentali). Di conseguenza è andata affermandosi, come una delle narrazioni maggiormente dominanti sui social media, l'idea che i vaccini contro il Covid-19 siano pericolosi⁹¹.

⁸⁸ Cfr. First draft, *Vaccine Misinformation Insights Report: July*, 5 August 2021.

<https://firstdraftnews.org/long-form-article/vaccine-misinformation-insights-report-july/>, visitato il 06/06/2022.

⁸⁹ United States Department of State Global Engagement Center, GEC Special Report: *Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem*, August 2020.

⁹⁰ Cfr. First draft, *Vaccine Misinformation Insights Report: May*, 1 June 2021.

<https://firstdraftnews.org/long-form-article/vaccine-misinformation-insights-report-may/>, visitato il 10/07/2022.

⁹¹ Cfr. First draft, *Vaccine Misinformation*, op. cit.

La disinformazione dell'inefficacia dei vaccini contro il virus si stava già diffondendo nei social media anglofoni ancor prima del loro lancio globale. In quel periodo circolavano false affermazioni che definivano la protezione fornita dal proprio sistema immunitario naturale come superiore a quella offerta dalla copertura vaccinale.⁹²

Ad amplificare la situazione, si aggiunse il fatto che pochi mesi dopo le prime dosi di vaccino si iniziarono a verificare le prime segnalazioni di infezioni rivoluzionarie, ossia su persone vaccinate o guarite. Queste segnalazioni, infatti, vennero utilizzate per promuovere la narrativa che sosteneva che i vaccini contro il Covid-19 fossero inefficaci e non necessari.

Per lo più, queste narrazioni possono essere ricondotte all'idea, diffusa dai media, che i vaccini potessero garantire un completo ritorno alla normalità. Ad amplificare questa narrativa ingannevole sono stati principalmente i titoli dei media decontestualizzati che riportavano tassi di efficacia delle vaccinazioni al 100%⁹³. Questi titoli trasmettevano implicitamente l'idea fuorviante che l'efficacia dei vaccini fosse totale e che permettesse di frenare tutte le infezioni, le trasmissioni del virus e i decessi. Diversamente, i rapporti sulle infezioni rivoluzionarie tra gli individui vaccinati, sembravano poi contraddire l'idea della completa efficacia dei vaccini, aumentando così lo scetticismo popolare. Ulteriori resoconti dei media su queste infezioni "rivoluzionarie" hanno poi continuato a far dilagare l'idea che i vaccini Covid-19 siano inefficaci e non necessari, nonostante dall'altra parte circolino dati reali sull'aiuto di questi nella prevenzione delle infezioni e dei conseguenti ricoveri e decessi.

Le divergenze nelle comunicazioni ufficiali e non ufficiali possono generare confusione ed un conseguente scetticismo anche tra le persone vaccinate.

Secondo una ricerca pubblicata su First Draft⁹⁴, queste narrazioni che insinuano l'inefficacia vaccinale e la visione dei vaccini come una sperimentazione di questi sui cittadini da parte delle istituzioni sono state accompagnate poi da altre che supportano l'idea di libertà sopra ogni cosa, anche la salute pubblica. Principalmente

⁹² Cfr. Rory Smith, Seb Cubbon, Claire Wardle, *Under the surface: Covid-19 vaccine narratives, misinformation and data deficits on social media*, First Draft, 2020, <https://firstdraftnews.org/long-form-article/under-the-surface-covid-19-vaccine-narratives-misinformation-and-data-deficits-on-social-media/>, visitato il 12/07/2022.

⁹³ Cfr. Rory Smith, Seb Cubbon, *Vaccine trials are leaving misinformation in their wake*, First Draft, 2020, <https://firstdraftnews.org/articles/vaccine-trials-are-leaving-misinformation-in-their-wake/>, visitato il 12/07/2022.

⁹⁴ Cfr. Rory Smith, Seb Cubbon, Claire Wardle, *Under the surface*, op.cit.

sono stati individuati due argomenti che nel 2020 guidavano gran parte delle discussioni sui vaccini Covid-19: i motivi politici ed economici di attori e istituzioni coinvolti nello sviluppo e nella distribuzione dei vaccini e le preoccupazioni riguardo alla loro sicurezza ed efficacia.

Ad aggravare questo problema di disinformazione, spiegano i gli autori della ricerca, è la complessità e vulnerabilità del sistema informativo, pieno dei cosiddetti “*data deficits*” (deficit di dati), ovvero situazioni in cui vi è una grande domanda di informazioni su un determinato argomento, ma la fornitura di informazioni oggettive e credibili è bassa. Questi aumentano la difficoltà di dare un senso accurato alle informazioni in tema vaccino. Sono inoltre sfruttati da attori malintenzionati: quando le persone non possono accedere comodamente a informazioni attendibili e quando vi è un’alta sfiducia nelle istituzioni relative ai vaccini, le più improbabili narrazioni si precipitano a compensare il vuoto informativo.

Nella ricerca sono state esaminate le narrazioni più diffuse sui social media nel 2020 riguardo le vaccinazioni contro il Covid-19:

- L’idea che il vaccino contro il Covid- 19 non sia necessario. Queste narrazioni hanno iniziato a basarsi prima sul confronto dei tassi di mortalità per influenza e Covid-19, per poi successivamente cambiare e sfruttare il confronto dei tassi di sopravvivenza del Covid 19 con l’efficacia dei vaccini per suggerire che il proprio sistema immunitario è maggiormente efficace nella protezione dal virus rispetto ai vaccini.

- Un sondaggio Gallup⁹⁵ ha riscontrato come questa sia una delle principali motivazioni che porta gli americani a non vaccinarsi contro il virus.

- L’accusa contro le aziende farmaceutiche, i politici e altre figure istituzionali di essere mosse dal profitto, e non dalla volontà di salvaguardare la salute pubblica. Molti sono stati gli attacchi contro le industrie farmaceutiche, accusate di lucrare attraverso le vaccinazioni: notizie su Albert Bourla, CEO di Pfizer, che ha venduto milioni di azioni il giorno in cui Pfizer ha annunciato la sua svolta nel vaccino, sono state utilizzate come ulteriore prova della motivazione al profitto delle industrie farmaceutiche. Altre affermazioni che sono state ampiamente condivise sono quelle secondo

⁹⁵ RJ Reinhart, *More Americans Now Willing to Get COVID-19 Vaccine*, Gallup, 2020, <https://news.gallup.com/poll/325208/americans-willing-covid-vaccine.aspx>, visitato il 20/07/2022.

cui Bill Gates avrebbe tratto profitto dal vaccino Moderna: narrazioni volte a dimostrare gli interessi sempre di natura economica e politica.

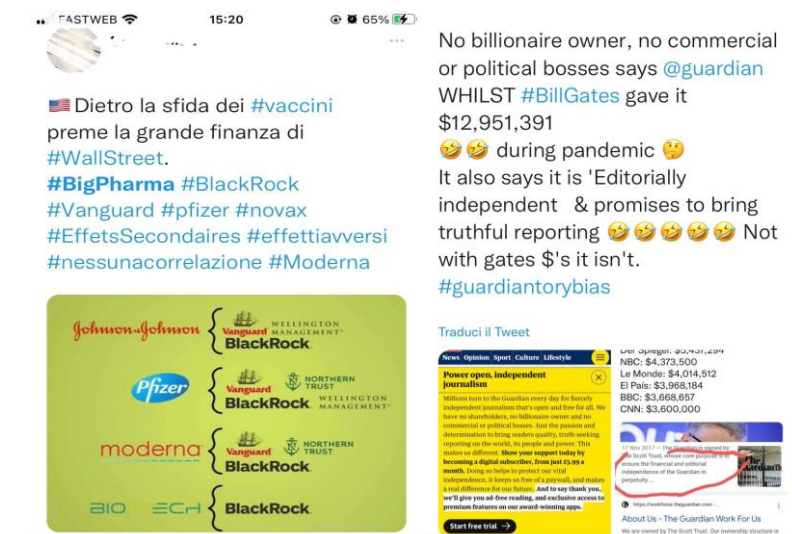


FIG 13: tweet di accusa contro il Covid-19

- Affermazioni che sostengono che i media lavorano in accordo con le aziende farmaceutiche. Sono circolati vari post che sottolineano questa idea per cui i media pubblicherebbero solo articoli pro-vaccini, senza citarne i rischi e i dubbi sull'efficacia.



FIG 14,15: tweet di accusa contro il Covid-19

- Idee che affermano che tramite i vaccini il governo controllerà la popolazione. Alcuni post suggeriscono che i militari interverranno per imporre l'obbligo vaccinale come parte di un piano per il controllo della

popolazione, altri affermano che il Covid-19 è un nuovo modo per stabilire un nuovo ordine mondiale di cui i vaccini saranno una componente essenziale.



FIG16: post Instagram contro vaccinazioni Covid-19 e governo (fonte: firstdraftnews.org)

- Narrazione che afferma che i vaccini Covid-19 sono immorali per i loro presunti ingredienti. Idea, successivamente smentita, che affermava che i vaccini fossero fatti da feti abortiti, utilizzata dalle comunità no vax per formulare argomenti morali contro i vaccini Covid-19.

Nessun vaccino ha utilizzato cellule fetali: la fake news nasce perché per il vaccino AstraZeneca era stato utilizzato il ceppo cellulare HEK293, un derivato di cellule prelevate da un feto abortito nel 1973. Queste, tuttavia, sono state clonate e utilizzate nello sviluppo del vaccino, una pratica comune. Il vaccino non contiene cellule fetali⁹⁶.

⁹⁶ Cfr. F. Teoh, *Although fetal-derived cells are used to grow viruses for some COVID-19 vaccines, the cells are not part of the vaccines*, Health Feedback, 2020, <https://healthfeedback.org/claimreview/although-fetal-cell-lines-are-used-to-grow-viruses-for-some-covid-19-vaccines-the-cells-are-not-part-of-the-vaccines/>, visitato il 21/07/2022.



Spero sia chiaro a tutti che nel **#vaccino** **#AstraZeneca** sono presenti parti di **#FETO** SANO abortito e acquistato dalla multinazionale per realizzare il vaccino.

E che un componente di un farmaco prodotto in maniera industriale necessita di una catena produttiva.

Meditate.



FIG 17: tweet contro vaccini covid-19

Come già affermato, quindi, i deficit di dati e le divergenze e contraddizioni nelle comunicazioni non possono che generare confusione ed essere sfruttati da complottisti che spargono disinformazione. Questa deve essere affrontata nel migliore dei modi al fine di prevenire la diffusione di narrazioni fuorvianti anti-vaccino, nonché teorie del complotto di più ampia portata.

I *fact-checkers* e i *debunkers* hanno avuto e hanno tuttora un ruolo fondamentale in questo campo, ma non sempre hanno agito secondo le strategie migliori contro i soggetti più colpiti dalla disinformazione e quindi maggiormente polarizzati.

3.3 DEBUNKING E FACT-CHECKING IN TEMPO DI PANDEMIA

Come riporta l'articolo di Dors⁹⁷, Il Direttore Generale dell'OMS, riguardo all'attuale pandemia Covid-19, ha dichiarato che “non stiamo combattendo solo un'epidemia, stiamo combattendo anche un'infodemia”. Questa situazione, oltre a disorientare, rende la ricerca di fonti informative valide molto più difficile e aumenta invece il rischio di andare incontro a informazioni fasulle. A contribuire in modo esponenziale alla trasmissione di notizie false sono i social media: qui si mescolano dati scientifici accreditati con teorie del complotto, cure miracolose contro il Covid-19 e ipotesi fuorvianti riguardo il virus.

⁹⁷ Cfr. E. Tosco, *Sarà vero? Il fact checking ai tempi del Covid 19*, Dors, 2020, <https://www.dors.it/page.php?idarticolo=3396>, visitato il 22/07/2022.

A tal proposito, nella rivista “Nature” vi è un articolo⁹⁸ che tratta l’importanza dell’intervento di *debunking* da parte degli scienziati riguardo le notizie sul virus; per il *data scientist* dell’Università di Washington, Jevin West, è necessario che gli scienziati stiano in prima linea nel contrasto della disinformazione sul Covid-19, in modo da poter aiutare i responsabili politici a migliorare l’informazione pubblica ed evitare l’introduzione di politiche dannose, contribuendo, così, in qualche modo, a salvare vite.

In questo nuovo e complesso spazio comunicativo, infatti, enti e organizzazioni nazionali ed internazionali si sono mossi attuando operazioni di *fact-checking* e *debunking*, al fine di fornire un’opportunità di informazione corretta con strumenti necessari volti ai cittadini per imparare ad individuare le *fake news*, la disinformazione e la misinformazione.

Per coloro che vogliono informarsi e sono disposti ad affidarsi a professionisti e autorità per ricevere informazioni riguardo la pandemia, vi sono una serie di risorse messe a disposizione da chi, in questo periodo di sovraccarico informativo, si adopera per fornire strumenti che permettano una corretta e neutrale verifica dei fatti e delle notizie che circolano sul web.

In Italia, il Ministero della Salute ha creato una sezione dedicata al Covid-19, dove fa chiarezza sulle *fake news* che circolano maggiormente, smentendole alla luce delle evidenze disponibili⁹⁹.

L’Istituto Mario Negri¹⁰⁰ ha elencato e commentato una serie di notizie false circolate sui social.

Agenda digitale ha pubblicato un’analisi approfondita sulle *fake news* riguardo il Covid-19, elencando le principali, il modo in cui si diffondono e come contrastarle¹⁰¹.

⁹⁸ Cfr. N. Fleming, *Coronavirus misinformation, and how scientists can help to fight it. Bogus remedies, myths and fake news about COVID-19 can cost lives. Here’s how some scientists are fighting back*, Nature, 2020. <https://www.nature.com/articles/d41586-020-01834-3>, visitato il 22/07/2022.

⁹⁹ www.salute.gov.it/portale/nuovocoronavirus/archivioFakeNewsNuovoCoronavirus.jsp?lingua=italiano

¹⁰⁰ www.marionegri.it/magazine/coronavirus-e-fake

¹⁰¹ B. Calderini, *Tutte le fake news sul coronavirus: come si diffondono e si combattono*, Agenda Digitale, 2020, <https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/tutte-le-fake-news-sul-coronavirus-come-si-diffondono-e-si-combattono/>, visitato il 22/07/2022.

La testata giornalistica online Open ha dedicato un'intera sezione al *fact-checking* sulle falsità in circolo, riguardanti l'epidemia, sui canali di informazione digitale¹⁰².

Valigia Blu ¹⁰³ ha tradotto una serie di consigli (formulati da esperti) pubblicati da FirstDraft, il progetto contro la disinformazione, per un "giornalismo responsabile" sul COVID-19.

La Rai, inoltre, ha attivato per l'occasione una *task force* contro le *fake news* e le imprecisioni riguardo all'informazione scientifica sul coronavirus composta da un comitato scientifico di virologi e medici.

A livello internazionale, oltre a molte altre iniziative di *fact-checking* e *debunking*, l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha pubblicato la sezione Myth Buster¹⁰⁴, ossia i miti da sfatare sul Covid 19, utilizzando grafiche semplici e chiare.

La comunicazione, quindi, per la salute è un fattore indispensabile che, se usata adeguatamente, può realmente aiutare a salvare delle vite attraverso l'informazione. Una comunicazione accurata e ben progettata, può rendere più facile la gestione dell'incertezza e della paura nella società.

Il modo in cui le informazioni vengono condivise è fondamentale, pertanto è importante assicurarsi che la strategia comunicativa nazionale sia corretta, oggettiva e supportata da professionisti.

Laura Garcia, giornalista per l'organizzazione no-profit FirstDraft, suggerisce che un linguaggio chiaro e preciso è fondamentale quando si tratta di informare il pubblico¹⁰⁵: "Il problema di non dare indicazioni e istruzioni chiare e mantenere le cose vaghe è che crea un vuoto di informazioni che le persone possono riempire", afferma la giornalista. La situazione pandemica ha sorpreso l'intera società cogliendo tutti impreparati. Suscita ansia e paura nelle persone, principalmente per l'incertezza riguardo le caratteristiche del virus, la sua alta contagiosità e letalità del virus. L'incertezza relativa al Covid-19 rappresenta una sfida significativa per i

¹⁰² Cfr. D. Puente. J. Pili, *Speciale coronavirus: come difenderti dalle bufale e i falsi miti sul Covid-19*, Open, 2020, <https://www.open.online/2020/04/10/speciale-coronavirus-come-difenderti-dalle-bufale-e-i-falsi-miti-sul-covid-19/>, visitato il 23/07/2022.

¹⁰³ Claudia Torrisi, *Come il giornalismo dovrebbe affrontare epidemie e pandemie di malattie infettive*, Valigia Blu, 2020. www.valigiablu.it/coronavirus-giornalismo/

¹⁰⁴ www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/myth-busters

¹⁰⁵ Cfr. *Coronavirus: How governments can tackle the 'infodemic'*, Apolitical, 2020. <https://apolitical.co/solution-articles/en/coronavirus-how-governments-can-tackle-the-infodemic>, visitato il 01/08/2022.

comunicatori della salute, che hanno il dovere di fornire informazioni adeguate e esaustive al pubblico.

Importante, quindi, è che quando le bufale vengono smascherate dai *debunkers* e dai *fact-checkers*, non vengano semplicemente dichiarate false, ma alla base dev'esserci un'adeguata argomentazione che permetta al pubblico di informarsi in maniera esaustiva¹⁰⁶.

Vi sono quattro elementi importati da tenere in conto quando si vuole comunicare efficacemente al pubblico questioni relative alla salute e, in questo caso, al Covid-19:

- Dichiarare anticipatamente e onestamente ciò che è noto e ciò che ancora non lo è e attenersi il più possibile ai fatti. Considerate la rapidità dei cambiamenti, è importante chiarire che ciò che viene affermato può variare nel tempo¹⁰⁷.

- Le informazioni devono essere coerenti e specifiche. Non bisogna rimanere vaghi: una ricerca sulle malattie gravi ha mostrato che l'incertezza della malattia può derivare da ambiguità delle informazioni, complessità di queste e imprevedibilità di sviluppi futuri della malattia¹⁰⁸. Quindi è importante utilizzare un linguaggio chiaro, specifico e coerente.

- Dimostrare capacità di prendere decisioni anche in situazioni incerte, rimanendo onesti sulla possibilità di errore.

- L'informazione dovrebbe essere empatica, riconoscere l'importanza delle emozioni e l'impatto emotivo che la situazione può avere per l'individuo¹⁰⁹.

L'ansia e la paura sono risposte naturali di fronte alla pandemia, e non devono essere ignorate, ma accolte e gestite attraverso un'informazione scientifica semplice, accurata e dettagliata, che non lasci spazio a narrazioni fuorvianti e ingannevoli, ma che permetta al pubblico di trovare tutte le informazioni di cui necessitano.

¹⁰⁶ M.S Chan, C. R. Jones, K. H. Jamieson and D. Albarracín, *Debunking*, op.cit.

¹⁰⁷ A.M. van der Bles, S. van der Linden, A.L.J. Freeman, D.J. Spiegelhalter, *The effects of communicating uncertainty on public trust in facts and numbers*, PNAS, 117(14), pp. 7672-7683., 2020.

¹⁰⁸ Han P., Klein W., Arora N. *Varieties of uncertainty in health care: a conceptual taxonomy*, *Medical Decision Making*, 31(6), 2011, pp. 828-838

¹⁰⁹ L. Shen, *Mitigating psychological reactance: The role of message-induced empathy in persuasion*, *Human Communication Research*, 36, 2010.

3.4 VACCINI COVID-19, ECHO CHAMBERS E METODI PER FRONTEGGIARE LA DISINFORMAZIONE

Il tema della vaccinazione, come affermato nella ricerca “Falling into the echo chamber: the Italian vaccination debate on Twitter”¹¹⁰, è caratterizzato da due precise *echo chambers*, una formata da utenti favorevoli, l’altra formata da utenti scettici. Le due stanze dell’eco differiscono per idee e preferenze di fonti di informazioni, in quanto spesso la seconda trae informazioni da siti non ufficiali, ma che sono in linea con i loro ideali. Vi è inoltre un’asimmetria nelle modalità di interazione tra le comunità: i sostenitori del vaccino ignorano gli scettici, mentre questi ultimi sono molto critici nei confronti dei primi.

Come affermato nel capitolo precedente, all’interno delle *echo chambers* gli individui tendono ad agire irrazionalmente, non badando tanto all’informazione, quanto all’approvazione da parte del proprio gruppo¹¹¹. Spesso il tema della pandemia è stato deviato dai confini della salute pubblica e incanalato in discorsi politicizzati, venendo così influenzato da valori e ideologie.

Quando le evidenze mettono in dubbio le convinzioni di individui polarizzati, queste non sono da loro valutate in modo razionale, ma vengono viste come ingannevoli per il semplice fatto di essere in contrasto con i loro pregiudizi rispetto al tema.

Quando si ha a che fare con questo tipo di situazioni polarizzate, per contrastare la disinformazione, è necessaria un’alta qualità dell’argomentazione per rendere l’informazione più persuasiva. Come ha affermato il ricercatore dell’università di Cambridge, Sander van der Linden, nella sua ricerca “Countering science denial”¹¹², molte correzioni avvenute da parte di *debunkers* nei confronti di alcune *fake news* si sono rivelate spesso inefficaci, al punto da ritorcersi perfino contro, alimentando la polarizzazione rinforzando la percezione errata dell’informazione: nelle discussioni pubbliche (mediatiche o televisive), infatti, il tentativo di smontare una convinzione

¹¹⁰ A. Cossard, G.D.F. Morales, K. Kalimeri, *Falling into the echo chamber: the Italian vaccination debate on Twitter*, Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 14(1), 2020, pp. 130-140., 2020.

¹¹¹ F. Zollo, A. Bessi, M. Del Vicario, A. Scala, G. Caldarelli, L. Shekhtman, S. Havlin, W. Quattrociocchi, *Debunking in a world of tribes*, PLOS ONE, 12, July 24, 2017.

¹¹² S. Van der Linden, *Countering science denial*. Nature Human Behaviour, ResearchGate, 3(9), 2019, pp.889-890.

sbagliata da parte degli esperti in realtà diminuisce la probabilità che l'audience modifichi la sua credenza.

Sarebbe bene quindi che anche in questo caso i *debunkers* tengano presente che un'opposizione eccessivamente dura e marcata, nei confronti delle idee degli scettici verso il vaccino Covid-19, risulta inefficace. Più in generale, uno studio di Nyhan, Reifler, Richey e colleghi¹¹³ ha evidenziato come un'argomentazione fermamente opposta alla credenza dei no vax, anche se al fine di correggerla, in realtà incrementa la convinzione stessa rafforzando ulteriormente l'idea che tutti i vaccini siano dannosi.

Come affrontare allora questo tipo di disinformazione?

Vi sono due modalità per confutare un messaggio: la prima consiste nel non prendere in considerazione l'idea dell'altro, ritenuta sbagliata, difendendo ostinatamente la propria, la seconda consiste nel dimostrare, attraverso il ragionamento, come la convinzione sia frutto di una logica errata. In questo ambito la tecnica più usata dalla comunità scientifica è quella della confutazione dell'argomento tramite la contrapposizione di evidenze scientifiche di successi delle vaccinazioni¹¹⁴.

Fare *debunking* e smascherare notizie false che circolano sulle vaccinazioni contro il Covid-19 può aiutare la maggior parte della popolazione che si confonde tra le molteplici informazioni e non riesce a contestualizzarle, ma per il complottista il discorso è differente: più si cerca di smontare una convinzione errata, più resterà convinto di questa.

Di seguito alcuni esempi presi dal profilo Twitter del virologo, immunologo, accademico e divulgatore scientifico Roberto Burioni¹¹⁵, dove smonta post e informazioni fuorvianti in modo abbastanza deciso:

¹¹³ B. Nyhan, J. Reifler, S. Richey, G. L. Freed, *Effective Messages in Vaccine Promotion: A Randomized Trial*, *Pediatrics*, 133(4), 2014.

¹¹⁴ Cfr. E. Gaetano, *Interrompere scientificamente il contagio del virus antiscientifico*, *State of Mind*, 2019. <https://www.stateofmind.it/2019/07/disinformazione-scientifica/>, visitato il 25/07/2022.

¹¹⁵ twitter.com/RobertoBurioni



Medical Facts di Roberto Burioni
10 lug · 🌐

Quando qualcuno vi dice che i vaccini non funzionano, fategli vedere questa figura tratta dal rapporto di ieri dell'Istituto Superiore di Sanità. La colonna rossa è quella dei non vaccinati.

<https://t.co/ndOam4xKkf>

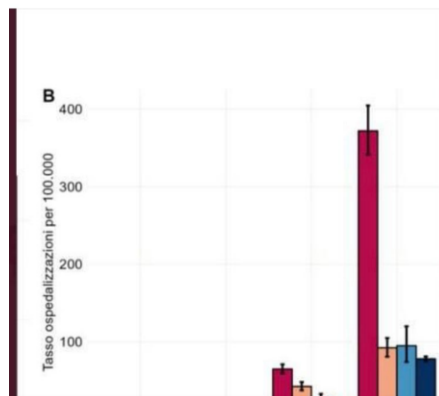


FIG 18, 19, 20: post Twitter e Facebook di Roberto Burioni

Di seguito alcuni post di oppositori accaniti nei suoi confronti:



FIG 21: risposte di oppositori ai post Twitter di Roberto Burioni

Questi scambi sono un esempio del fatto che accanirsi contro la disinformazione e confutare tramite la contrapposizione di evidenze scientifiche chi

è polarizzato ed è chiuso nella propria idea può non condurre ai risultati sperati ma, al contrario, ad un peggioramento della situazione.

3.5 ARGOMENTARE CONTRO LA DISINFORMAZIONE SUL VACCINO COVID-19

Un gruppo di scienziati e volontari esperti in varie discipline si sono occupati della stesura de “Il Manuale di Comunicazione sui vaccini Covid-19”¹¹⁶: qui viene esposto come affrontare la tematica dei vaccini contro il virus in maniera adatta e funzionale anche verso i più scettici. Viene spiegato quanto sia comune che i vaccini siano accolti con un po’ di esitazione e come i comunicatori debbano essere consapevoli delle differenze culturali ed emotive E disponibili a riconoscere le polemiche e la disinformazione di alcuni individui.

Come spiegato poi ne “Il manuale della demistificazione”¹¹⁷, l’efficacia delle correzioni varia in base alla volontà dei destinatari di credere a determinate affermazioni. L’identità di gruppo può incidere su questo e indurre dei vincoli nel modo in cui gli individui pensano ad un problema: in funzione dell’identità e della problematica affrontata, questa può migliorare o estremizzare la percezioni errate e condizionare l’individuo nella scelta riguardo a chi credere. Per questo motivo diventa estremamente importante il linguaggio che viene utilizzato dai *debunkers*, che dovrà quindi sforzarsi di essere inclusivo ed evitare la stigmatizzazione di alcuni gruppi per le loro convinzioni fuorvianti poiché, diversamente, si rischia di polarizzare invece di correggere. Semplici confutazioni isolate, inoltre, come spiegato nel manuale, non sono utili per eliminare la disinformazione: etichettare semplicemente una notizia come falsa è insufficiente a fronte di esposizioni ripetute a informazioni errate.

Seguendo “Il Manuale di Comunicazione sui vaccini Covid-19”, la comunicazione del rischio dovrebbe preparare al fatto che il vaccino Covid-19 possa

¹¹⁶S. Lewandowsky, D. L. Holford, S. Herzog, U. Hahn, O. Beun, *Il Manuale di Comunicazione sui vaccini Covid-19. Una guida pratica per migliorare la comunicazione sui vaccini e combattere la disinformazione*, SciBeh, 2021.

¹¹⁷ Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. *The Debunking Handbook*, 10, 2020.

portare effetti collaterali transitori, paradossalmente questi mostrano che il vaccino sta agendo correttamente in quanto prepara il corpo a combattere il virus. Fondamentale è anche preparare al fatto che la vita è rischiosa ed eventi tragici possono sempre avvenire.

Quando si interagisce con un individuo scettico riguardo ai vaccini Covid-19, come illustrato nel manuale, è utile porre domande per capire il punto di vista e le preoccupazioni altrui, senza imporsi aggressivamente; in secondo luogo, è importante accogliere le preoccupazioni dell'altro, mostrandosi comprensivi e collaborativi, per poi infine dimostrare, attraverso il ragionamento e dati associati, qual è realmente l'informazione corretta e perché quella precedente era errata, sollecitando l'opinione dell'altro in modo da includerlo nei ragionamenti ed aprire in lui la possibilità di rivalutare le sue credenze.

Vanno quindi tenute in considerazione tutte le prospettive, accogliendo anche le paure dei più incerti e fornendo dati per informarsi su quanto queste possano essere plausibili o meno.

In funzione di ciò, il manuale presenta poi uno schema guida che illustra il modo più adatto di argomentare quando si vuole correggere e smascherare una disinformazione sul vaccino Covid-19:

- presentare il fatto: la prima cosa utile da fare è affermare la verità, dando così un contesto al messaggio; non è utile basarsi su una semplice e breve smentita, ma al contrario sarà efficace affrontare la disinformazione fornendo un'alternativa basata sui fatti, che possa riempire il vuoto che si crea quando l'informazione errata viene corretta. L'alternativa dovrà essere semplice e avere la stessa rilevanza esplicativa della precedente informazione errata;

- mettere in guardia dal falso mito: ribadire, una sola volta, l'informazione scorretta prima della sua correzione, in modo da chiarire quale sia l'errore da emendare;

- spiegare la fallacia: non limitarsi solamente ad affermare la falsità dell'informazione, ma è utile fornire i dettagli ed evidenziare le fallacie logiche e argomentative che ne stanno alla base; è importante spiegare il perché l'informazione è stata considerata corretta e quali sono stati i ragionamenti che hanno portato a credere a questo, per poi argomentare sul motivo per cui è errata e, infine, illustrare le motivazioni della correttezza

dell'alternativa. È importante che gli individui riescano ad individuare e comprendere le incongruenze per poterle risolvere;

- riaffermare il fatto: ribadire, infine, la verità in modo che sia l'ultimo elemento a venire elaborato.

Lo smascheramento di informazioni fasulle basato su evidenze oggettive si è dimostrato efficace contro la disinformazione riguardo i vaccini¹¹⁸, nonostante ci si aspetti che quest'ultima sia difficile da sfatare poiché vi è la possibilità che la sua correzione entri in conflitto con i valori morali degli individui. Idealmente, le correzioni riguardo le informazioni errate sulle vaccinazioni contro il Covid-19 dovrebbero essere ben curate ed adattate affinché non entrino in contrasto con gli ideali e le emozioni dei destinatari, in modo tale da attenuare le reazioni emotive e cognitive negative¹¹⁹.

Questa modalità dialettica potrebbe portare qualche risultato in più e richiede che i *debunkers* non siano solo “cacciatori di verità” ma soprattutto abili argomentatori. La pandemia sta insegnando che la divulgazione scientifica e la correttezza informativa passano e passeranno sempre più da dinamiche dialettiche e dalla capacità di instaurare discussioni proficue proprio con chi è più restio a cambiare idea. Questo comporta un grande impegno da parte di coloro che hanno competenze su certe materie: non basta più solo avere conoscenze fondate, non basta più nemmeno saper individuare fallace ed errori nelle conoscenze inattendibili, il terzo ingrediente fondamentale è quanto questi fondamenti e smascheramenti sono capaci di diventare non solo *convincenti* di fronte a un uditorio universale, ma soprattutto *persuasivi* per l'uditorio specifico¹²⁰ di coloro che non sono di primo acchito disponibili a rinunciare alle proprie credenze.

¹¹⁸ G. Trevors, P. Kendeou, *The effects of positive and negative emotional text content on knowledge revision. Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 73(9), 2020, pp. 1326–1339.

¹¹⁹ G. Trevors, *The roles of identity conflict, emotion, and threat in learning from refutation texts*, *Discourse Processes*, 59(1-2), 2020, pp. 36-51.

¹²⁰ C. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca, *Trattato dell'argomentazione*. op. cit.

CONCLUSIONE

In questo lavoro sono state approfondite varie tematiche che hanno condotto ad una nuova prospettiva in campo comunicativo. Si è trattato di come la digitalizzazione e la nascita del web abbiano creato nuove dinamiche che hanno condotto ad un'evoluzione della comunicazione e, soprattutto, dell'informazione. Internet e i social network hanno cambiato il modo di comunicare e di informarsi, hanno eliminato ogni confine, geografico e culturale, permettendo la condivisione di informazioni tra persone che prima non si sarebbero mai potute incontrare; il web ha portato molti vantaggi migliorando nettamente la quotidianità degli utenti, ma tale potenziale può essere allo stesso tempo dannoso se posto nelle mani sbagliate. In questo scenario, grazie alla rete, oggi si può assistere ad un grande avanzamento nel mondo dell'informazione, ma purtroppo anche in quello della disinformazione. Dati e notizie di ogni tipo sono ora alla portata di tutti, ma chi ha meno destrezza in certi campi rischia di diventare vittima di algoritmi e tecniche di persuasione, ingannato dalla disinformazione che, purtroppo, circola tanto quanto la corretta informazione. Fattori sociali psicologici hanno contribuito ad una sempre più intensa circolazione di *fake news* e teorie fuorvianti che mettono a dura prova le istituzioni e, in questo periodo di pandemia, anche la salute pubblica.

Da qui nasce la necessità di strategie di intervento contro la disinformazione, quali il *fact-checking* e il *debunking*, che nascono con lo scopo di svelare le notizie e le informazioni fasulle messe in circolazione; la collaborazione di queste figure professionali e le istituzioni, le testate giornalistiche e le piattaforme digitali hanno aiutato in maniera significativa contro la diffusione di materiale inattendibile.

Un debunking basato sulla convinzione del pubblico riguardo l'inattendibilità di un'informazione può risultare utile e fungere da semplificazione verso chi è già disposto ad informarsi e a confrontare le notizie per non cadere nella disinformazione, affidandosi ad esperti in materia. Come attestano molti studi

precedentemente citati però, questo tipo di debunking, che punta solamente ad affermare la verità e a confutare ciò che non è attendibile, risulta poco, se non per nulla efficace verso coloro che si ritrovano rinchiusi nelle loro cosiddette *echo chambers* e sono polarizzati verso un determinato tipo di credenze.

La pandemia ci ha insegnato come le *fake news* e le diverse teorie del complotto possono influenzare il modo di pensare e di agire di alcuni gruppi di persone, i cui comportamenti rischiano poi di riflettersi ed influenzare la vita di molti altri. Ecco che la lotta contro la disinformazione non è sembrata bastare, ma spesso, nell'intento di bloccare teorie fuorvianti in maniera rapida e decisa, si è finito per amplificare la polarizzazione di chi non si dimostrava aperto all'assimilazione di idee differenti dalle proprie.

In un mondo dominato da un sovraccarico informativo, le persone tendono a chiudersi tra simili, nella propria zona di sicurezza, e da qui segue una sorta di rapporto emotivo con le informazioni. Come insegna la pandemia, la divulgazione scientifica e la correttezza informativa passano in secondo piano a favore della sempre maggiore importanza delle capacità dialettiche atte ad instaurare discussioni proficue proprio con chi è più restio a cambiare idea. Una corretta argomentazione, volta ad instaurare un dialogo, a capire il fondamento delle credenze dell'altro (anche se errate) e ad adattarle alle proprie, cercando di aprire uno spiraglio di dubbio all'interno della bolla informativa del soggetto polarizzato, può aiutare a condurre a maggiori risultati per i *debunkers* rispetto ad una chiusura dimostrata in atteggiamento di superiorità.

La natura dell'uditorio al quale si vogliono presentare determinati argomenti con successo determina in larga misura l'aspetto che l'argomentazione assumerà.

Inclusione, partecipazione, pari opportunità di ascolto, spirito critico e autocritico sono da sempre le basi della democrazia: ciò richiede la messa in discussione delle posizioni di potere e dei conseguenti privilegi a favore di una nuova negoziazione sociale, accettando i possibili conflitti che ne conseguono, a favore di una democrazia argomentativa che non barcolla neanche di fronte alla crisi.

BIBLIOGRAFIA

1. Aral S., Vosoughi S., Roy D., *The spread of true and false news online*, Science, 359 (6380), 9 marzo 2018.
<https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>.
2. Arbaoui B., De Swert K., Van der Brug W., *Sensationalism in News Coverage: A Comparative Study in 14 Television Systems*, Communication Research 47(2), 2016.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650216663364>.
3. Boccaletto F., *Disinformazione, fake news, hate speech: il punto e le azioni di prevenzione*, Il Bo Live, Università di Padova, 2021,
<https://ilbolive.unipd.it/it/news/disinformazione-fake-news-hate-speech-punto-azioni>.
4. Bronner G., Krassinsky, *Fake news: Smascherare le teorie del complotto e le leggende metropolitane*, Milano, Edizioni Sonda srl, 2019.
5. Carbone M. R., *L'Antitrust Usa contro le big tech: le accuse e le conseguenze del cambio di rotta*, Agenda Digitale, 10 agosto 2020.
<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/lantitrust-usa-contro-le-big-tech-le-accuse-e-le-conseguenze-del-cambio-di-rotta/>.
6. Castells M., *Comunicazione e potere*, Milano, Università Bocconi Editore, 2017.
7. Cattani A., *Avere ragione*, Roma, Dino Audino, 2019.
8. Chan M. S., Jones C. R., Jamieson K. H., Albarracín D., *Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological Efficacy of Messages Countering Misinformation*, Psychological Science 28(11), 2017.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0956797617714579>.
9. Colucci M., *Indagine Censis sulle vaccinazioni: mancano cultura e fiducia*, vaccinarSI, 2014.

www.vaccinarsi.org/notizie/2014/10/09/%E2%80%8Bindagine-censis-vaccinazioni-mancano-cultura-fiducia.

10. Cossard A., Morales G.D.F., Kalimeri K., et al. *Falling into the echo chamber: the Italian vaccination debate on Twitter*, Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 14(1), 2020, pp. 130-140.
11. Dominici P., *Dentro la società interconnessa. La cultura della complessità per abitare i confini e le tensioni della civiltà ipertecnologica*, Milano, Franco Angeli, 2019
12. Ferraris M., *post-verità e altri enigmi*, Bologna, Il Mulino, 2017.
13. Festinger L., *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford, Stanford University Press, 1957.
14. Gaetano E., *Interrompere scientificamente il contagio del virus antiscientifico*, State of Mind, 2019.
<https://www.stateofmind.it/2019/07/disinformazione-scientifica/>.
15. Gheno V. e Mastroianni B., *Tienilo acceso. Posta, commenta, condividi senza spegnere il cervello*, Milano, Longanesi, 2018.
16. Giaccardi C., Jurgenson N., *The Remaking of Truth in the Digital Age*, Milano, Comunicazioni Sociali, 3, 2017.
<https://comunicazionisociali.vitaepensiero.it/>.
17. Han P, Klein W., Arora N., *Varieties of uncertainty in health care: a conceptual taxonomy*. Medical Decision Making, 31(6), 2011, pp. 828-838.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3146626/>.
18. Hao K., *Gli algoritmi di Facebook sono pericolosi*, MIT technology review, 2021. <https://www.technologyreview.it/gli-algoritmi-di-facebook-sono-pericolosi/>
19. Jain A., Marshall J., Buikema A., *Autism Occurrence by MMR Vaccine Status Among US Children With Older Siblings With and Without Autism*, JAMA, 313(15), 2015, pp. 1534-40.
20. Johnson-Laird P. N., *Mental models and human reasoning*, PNAS, 107(43), 2010. <https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.1012933107>.
21. Kim J., Tabibian B., Schölkopf B., Gomez-Rodriguez M., *Leveraging the Crowd to Detect and Reduce the Spread of Fake News and Misinformation*,

- WSDM 2018: Proceedings of the Eleventh ACM International Conference on Web Search and Data Mining, pp. 324-332.
22. Klostad C. A., Uscinski J. E., Connolly J. M., West J. P., *What drives people to believe in Zika conspiracy theories*, Palgrave Commun, 5(36), 2019.
 23. Lewandowsky S., Cook, J., Ecker U. K. H., Albarracín D., Amazeen M. A., Kendeou, P., Lombardi D., Newman E. J., Pennycook G., Porter E. Rand D. G., Rapp D. N., Reifler J., Roozenbeek J., Schmid P., Seifert C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson B., Van der Linden S., Vraga E. K., Wood T. J., Zaragoza M. S., *The Debunking Handbook*, 10, 2020.
<https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2020/10/DebunkingHandbook2020.pdf>.
 24. Lewandowsky S., Holford D.L., Herzog S., Hahn U., Beun O., *Il Manuale di Comunicazione sui vaccini Covid-19. Una guida pratica per migliorare la comunicazione sui vaccini e combattere la disinformazione*, SciBeh, 2021.
https://figshare.com/articles/book/Il_Manuale_di_Comunicazione_sui_vaccini_COVID-19/14431010.
 25. Maistrello S., *Fact checking. Dal giornalismo alla Rete*, Milano, Apogeo, 2013
 26. Marconi D., *Fake news, crisis of deference, and epistemic democracy*, New York, Routledge, 2019.
 27. Mastroianni B., *La disputa felice. Dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico*, Firenze, Cesati, 2017.
 28. Mastroianni B., *Litigando si impara. Disinnescare l'odio online con la disputa felice*. Firenze, Cesati, 2020.
 29. Monti M., *Fake news e social network: la verità ai tempi di Facebook*, Media Laws, 2017. <https://www.medialaws.eu/rivista/fake-news-e-social-network-la-verita-ai-tempi-di-facebook/>
 30. Nyhan B., Reifler J., Richey S., Freed G. L., *Effective Messages in Vaccine Promotion: A Randomized Trial*, Pediatrics, 133(4), 2014.
<https://publications.aap.org/pediatrics/article-abstract/133/4/e835/32713/Effective-Messages-in-Vaccine-Promotion-A?redirectedFrom=fulltext> .

31. Paglieri F., *Disinformazione felice. Cosa ci insegnano le bufale*, Bologna, il Mulino, 2020.
32. Pariser E., *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, New York, Penguin Books Ltd, 2012.
33. Perelman C., Olbrechts-Tyteca L., *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Torino, Einaudi, 2001.
34. Puente D., Pili J., *Speciale coronavirus: come difenderti dalle bufale e i falsi miti sul Covid-19*, Open, 2020,
<https://www.open.online/2020/04/10/speciale-coronavirus-come-difenderti-dalle-bufale-e-i-falsi-miti-sul-covid-19/>.
35. Quattrocioni W., Vicini A., *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Milano, Franco Angeli, 2016.
36. Saetta B., *Un mondo di muri: siamo sempre più polarizzati, ma non è colpa di Internet*, Valigia Blu, 2020. <https://www.valigiablu.it/wp-content/cache/all/polarizzazione-internet/index.html>.
37. Torrisi C., *Come il giornalismo dovrebbe affrontare epidemie e pandemie di malattie infettive*, Valigia Blu, 2020. <https://www.valigiablu.it/coronavirus-giornalismo/>.
38. Trevors G., Kendeou P., *The effects of positive and negative emotional text content on knowledge revision. Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 73(9), 2020, pp. 1326–1339.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1747021820913816>.
39. Trevors G., *The roles of identity conflict, emotion, and threat in learning from refutation texts*, Discourse Processes, 59(1-2), 2020, pp. 36-51.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/0163853X.2021.1917950?scroll=top&needAccess=true>.
40. United States Department of State Global Engagement Center, GEC Special Report: *Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem*, August 2020. https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia%E2%80%99s-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf
41. Van der Bles A.M., Van der Linden S., Freeman A.L.J., Spiegelhalter D.J. *The effects of communicating uncertainty on public trust in facts and*

- numbers*, Proceedings of the National Academy of Sciences, 117(14), 2020, pp. 7672-7683. <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1913678117>.
42. Van der Linden S., *Countering science denial*. Nature Human Behaviour, 3(9), 2019, pp.889-890.
https://www.researchgate.net/publication/333984429_Countering_science_denial
43. Van der Linden S., Roozenbeek J, *Psychological inoculation against fake news*, Londra, Routledge, 2020.
44. Wardle C., Derakhshan H., *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Strasbourg, Council of Europe, 2017. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.

SITOGRAFIA

1. <https://www.culturedigitali.org/debunking-e-fake-news/>
2. <https://www.treccani.it/vocabolario/debunking>.
3. https://ec.europa.eu/info/index_it
4. <https://www.facta.news/>
5. <https://agcom-ses.github.io/COVID/index.html?lang=it>
6. <https://firstdraftnews.org/long-form-article/vaccine-misinformation-insights-report-july/>
7. <https://firstdraftnews.org/long-form-article/vaccine-misinformation-insights-report-may/>
8. <https://www.agi.it/politica/news/2020-03-23/coronavirus-bufale-gunter-pauli-consigliere-conte-7786704/>
9. <https://www.dors.it/page.php?idarticolo=3396>
10. <https://www.facebook.com/formedia/tools/coronavirus-resources>
11. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/ip_20_938
12. <https://archivio.eticaeconomia.it/>
13. <https://www.sanitainformazione.it/salute/fake-news-covid/>
14. <https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/clickbait/>
15. <https://attivissimo.blogspot.com/>
16. <https://www.edelman.com/trust/2016-trust-barometer>
17. <https://reports.weforum.org/global-risks-2013/risk-case-1/digital-wildfires-in-a-hyperconnected-world/>