

# UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

DIPARTIMENTO DI FILOSOFIA, SOCIOLOGIA, PEDAGOGIA E  
PSICOLOGIA APPLICATA

Corso di laurea in Comunicazione

Fake news: Analisi del fenomeno e degli strumenti tecnologici adibiti  
alla rilevazione

Relatore

Prof. Luca Barbieri

Laureando  
Lolliri Alberto  
Mat.1224171

Anno Accademico 2021/2022

# Indice

<b>Indice</b>	<b>2</b>
<b>Introduzione</b>	<b>4</b>
<b>Capitolo 1: Origini e storia</b>	<b>6</b>
1.1 Progresso e innovazione comunicativa	6
1.2 Donazione di Costantino	7
1.3 Il protocollo dei Savi di Sion	7
1.4 “La guerra dei mondi” di Orson Welles	8
<b>Capitolo 2: Fake news, contesto e tipologie</b>	<b>9</b>
2.1 Internet e rivoluzione digitale	9
2.2 Henry Jenkins e le comunità digitali	10
2.3 Le elezioni presidenziali Usa del 2016 e la diffusione del termine Fake news	12
2.4 Tipologie di fake news	13
2.5 Cause e concetto di “Post-verità”	15
<b>Capitolo 3: Il giornalismo oggi</b>	<b>16</b>
3.1 La crisi del settore	16
3.1.1 Infodemia e crisi di credibilità dei media tradizionali	17
3.1.2 Indipendenza politica e ruolo del giornalismo nella società	18
3.2 I dati della crisi	19
3.2.1 Introduzione metodologica	19
3.2.2 Come cambiano le abitudini di consumo delle notizie	20
3.2.3 Servizi di informazione a pagamento e paywall	23
3.2.4 Misinformazione	25
3.3 Il caso italiano	26
3.3.1 Il crollo del cartaceo e le commistioni con la politica	28
3.3.2 Nuove prospettive	29
<b>Capitolo 4: La verifica delle informazioni online</b>	<b>31</b>
4.1 L'importanza del processo di verifica	31
4.2 Verificare gli UGC	32
4.3 Raggiungere e verificare un utente	33
4.4 Individuare i BOT	35

4.5 Verificare un'immagine	36
4.6 Verificare un video	38
4.7 Advanced computing e prospettive future	40
<b>Capitolo 5: La guerra in Ucraina e il caso di Bucha</b>	<b>42</b>
5.1 Il conflitto	42
5.2 La disinformazione russa	43
5.3 Il caso di Bucha	44
5.3.1 Ricostruire la linea temporale dei fatti	45
5.3.2 Analisi dei filmati	47
<b>Conclusioni</b>	<b>52</b>
<b>Sitografia e bibliografia</b>	<b>54</b>

# Introduzione

Fake news è una di quelle parole che insistentemente sono entrate a far parte del nostro linguaggio tramite giornali, radio e programmi televisivi. La definizione anche per chi non fosse così avvezzo all'uso della lingua inglese è facilmente individuabile, ma rifacendosi a ciò che il dizionario Treccani riporta, col termine fake news identifichiamo [1] “notizie false, con particolare riferimento a quelle diffuse in rete”.

Da questa definizione si intuisce che esiste uno stretto rapporto che intercorre tra il mondo di internet e la diffusione di false informazioni e che sarà l'argomento principale di questa tesi, ma prima di scendere nel dettaglio, è necessario comprendere appieno ciò di cui stiamo parlando.

Il termine, di origine piuttosto recente [2](si stima che il primo utilizzo di questa terminologia sia avvenuto negli Stati Uniti nel XIX secolo e che indicava le storie che venivano create e diffuse in ambito politico per screditare una data persona o istituzione), fa riferimento ad un fenomeno ben radicato nella storia dell'uomo, manifestatosi in concomitanza alla nascita dei primi mezzi comunicativi dell'essere umano. La storia è costellata da esempi che lo dimostrano: dai più antichi come la lettera falsificata dello spartano Pausania nel IV a.C., l'Editto di Costantino nel IV d.C., il protocollo dei Savi di Sion utilizzato dalla propaganda fascista e altri ancora, giungendo infine alle false informazioni di cui siamo ormai abituati.

Come è facile intuire, il processo di innovazione tecnologica, sociale e culturale conosciuto dall'uomo nel corso della storia ha portato a un progressivo mutamento dei sistemi di linguaggio e dei mezzi connessi ad essi, ridefinendo anche il concetto stesso di falsa informazione. Persuadere, distogliere l'attenzione o semplicemente non verificare le notizie che ci vengono presentate dal sistema dei media sono tra i principali motivi per cui si origina ad oggi questo fenomeno che come verrà analizzato più avanti produce degli effetti concreti sul mondo reale.

La difficoltà, soprattutto in ambito giornalistico, è rappresentata da due fattori principali: la mole di informazioni e la velocità con cui esse vengono veicolate.

Internet, come accennato dalla definizione fornita precedentemente, ha cambiato radicalmente il modo in cui l'informazione viene fruita, così come le tempistiche e le modalità con cui veniva erogata. Nell'ultimo decennio abbiamo assistito ad una modificazione profonda del sistema informativo, dalla crisi del giornalismo cartaceo all'avvento di un nuovo modo di creare notizie, intervenendo sul ruolo del lettore che diventa anch'esso elemento attivo del processo di produzione dell'informazione.

Un'informazione accessibile a tutti, che tuttavia risulta nella maggior parte dei casi incompleta, non sufficientemente verificata e quindi fuorviante.

Nel corso dei prossimi capitoli si cercherà di fare chiarezza su questo tema, prendendo in considerazione dei dati [3] che forniscono un quadro generale sia a livello globale che specifico nel caso dell'Italia relativi a quanto e come le persone si informano e grazie a quali mezzi.

Infine, si tratterà delle soluzioni con cui è possibile contrastare il fenomeno delle fake news: l'applicazione del metodo giornalistico, la promozione dello slow journalism fino a fornire una panoramica sugli strumenti tecnologici di verifica delle informazioni online, i cosiddetti "nuovi strumenti del mestiere" che affiancano il giornalista nello svolgimento della professione tradizionale. Verrà preso in esempio anche un caso mediatico che riguarda, purtroppo, l'attualità del conflitto in Ucraina che come è possibile osservare ha evidenziato sempre più insistentemente quanto risulti fondamentale fornire e sostenere un'informazione autentica e verificata, nelle giuste tempistiche e modalità.

# Capitolo 1: Origini e storia

Prima di analizzare nel dettaglio il fenomeno delle fake news e delle varie tipologie connesse ad esso è utile comprendere in quale contesto hanno avuto origine e quali fattori sociali e culturali ne hanno facilitato la diffusione.

## 1.1 Progresso e innovazione comunicativa

Come accennato nell'introduzione, il mondo della comunicazione sin dai tempi antichi ha attraversato un processo di trasformazione e innovazione in concomitanza ai progressi economici, sociali e culturali dell'uomo. I mezzi di comunicazione inoltre hanno conosciuto uno sviluppo tecnologico che ha portato a ridefinire i limiti di spazio e tempo della comunicazione stessa, mettendo sempre più in relazione gli individui. Se da un lato il progresso ha portato ad una serie di vantaggi straordinari, riguardo al fenomeno della falsa informazione si è potuto assistere nel corso dei secoli ad episodi che col progredire delle tecnologie hanno lasciato un segno importante nella storia, proprio perché capaci di coinvolgere un numero sempre più vasto di persone. Nel corso di questo capitolo verranno riportati dei casi eclatanti che rappresentano il rapporto tra le fake news e lo sviluppo della comunicazione.

## 1.2 Donazione di Costantino

Si tratta di un [4] falso attribuito erroneamente a Costantino, imperatore romano dal 274 d.C. fino al 337 d.C.. Il documento, datato 30 marzo 315 d.C., riassume per iscritto una concessione data dall'imperatore a Papa Silvestro I, grazie al quale gli viene attribuita la massima autorità su tutti i patriarchi religiosi, oltre che a essere posto come capo di tutti i sacerdoti del mondo e della Basilica del Laterano (situata a Roma, veniva considerata così la capostipite di tutte le chiese).

L'ultimo potere conferitogli dall'editto, sicuramente il più importante, è il riconoscimento della superiorità dell'autorità ecclesiastica rispetto al potere imperiale, in quanto esercitante un volere "soprannaturale". Risulta chiaro quindi come questo documento conferisse al papato un potere enorme e che proprio questa carta verrà utilizzata nel corso dei secoli a venire come prova di legittimità del proprio potere.

Nel 1440 tuttavia Lorenzo Valla, un umanista e accademico italiano, pubblica un saggio che contesta tramite un'analisi molto precisa in cui si elencano tutti gli errori e le incongruenze che il documento presentava, rendendo il saggio uno storico e celebre esempio di *debunking*.

### 1.3 Il protocollo dei Savi di Sion

La pubblicazione di questi documenti [5] risale al 1905 come Appendice a *Il Grande all'interno del Piccolo: la Venuta dell'Anticristo e il dominio di Satana sulla Terra*, opera dello scrittore russo Sergei Nilus. Questi testi, suddivisi in 24 capitoli, contenevano la presunta trascrizione di incontri che avvennero tra i vertici della comunità ebraica e che apparivano come un piano che, dalla politica alla finanza, mirava alla conquista e al governo del mondo. In seguito alla Rivoluzione Russa del 1917 questi documenti uscirono dal territorio russo e si diffusero nel resto del mondo e da allora sono stati oggetto di ritrattazioni e riedizioni. Tra gli esempi più emblematici di questo fenomeno si riportano gli spunti presi dal *The Dearborn Independent*, un giornale americano degli anni venti di proprietà di Henry Ford i cui scritti comporranno *L'Ebreo Internazionale*, vero e proprio best seller dell'epoca a opera dello stesso imprenditore che verrà lodato da Adolf Hitler, il quale ne trarrà ispirazione nel corso della sua propaganda nazista. Furono proprio questi protocolli infatti uno dei cardini della retorica politica di Hitler, pubblicati dal 1919 al 1939 allo scopo di diffamare e inficiare la reputazione del popolo ebraico.

Nel 1921 il *London Times* effettuò delle ricerche che smentirono l'attendibilità di questi documenti, attribuibili presumibilmente a due fonti: una satira politica francese ad opera di Maurice Joly, *Dialogo all'inferno tra Machiavelli e Montesquieu* del 1864 e la loro ispirazione a dei passi di un romanzo intitolato *Biarritz* dello scrittore prussiano Hermann Goedsche, 1868.

### 1.4 “La guerra dei mondi” di Orson Welles

Si tratta di un celebre racconto radiofonico del 30 Ottobre 1938 a cura di Orson Welles in cui venne trasmesso un estratto dell'omonimo romanzo di Herbert George Wells “La guerra dei mondi”. La trasmissione andò in onda sulla Cbs e raccontava una presunta invasione aliena sul suolo americano. Si trattava di una narrazione particolarmente convincente, infatti, oltre al notevole livello di dettagli e di cura del sonoro, l'invasione venne raccontata per mezzo di ciò che sembrava in tutto e per tutto a un notiziario reale. Nonostante gli elementi di veridicità contenuti nella trasmissione, Welles all'inizio e al termine della narrazione dichiarò

che si trattava di una messa in scena, venendo ignorato probabilmente da una buona parte degli ascoltatori. In questo caso la fake news, ideata e realizzata a regola d'arte, divenne una delle più celebri della storia e divenne famosa per aver diffuso il panico tra gli ascoltatori dell'emittente radio che vennero convinti riguardo alla veridicità dei fatti. Tuttavia, in accordo con delle ricerche recenti [7] risulta che in realtà questo "panico diffuso" venne ingigantito dai giornali stessi che riportarono la notizia il giorno successivo gonfiando sia il numero di spettatori, sia coloro che credettero effettivamente alla notizia[32]. Infatti, le dichiarazioni relative alla popolazione in sgomento che dopo la trasmissione avevano provveduto a barricarsi in casa in realtà furono considerate delle reazioni irrealistiche o al limite, isolate a qualche unità. Se come riportato la notizia in realtà non movimentò la maggior parte degli americani, la maggior parte di coloro che vennero raggiunti dalla trasmissione contattarono le autorità e i giornali per richiedere informazioni sull'accaduto e in pochi contattarono Welles per dichiararsi terrorizzati dalla sua trasmissione. Un esempio lampante sul ruolo che giocano gli stessi media nel ruolo di diffusione delle false informazioni.



# Capitolo 2: Fake news, contesto e tipologie

## 2.1 Internet e rivoluzione digitale

Analizzando i casi riportati nell'exkursus storico risulta ora evidente che parlando di fake news non facciamo riferimento a niente di nuovo, che invece ha uno stretto legame con la storia e lo sviluppo del mondo della comunicazione. Ma allora per quale motivo si adopera un termine così recente se comparato agli esempi storici che lo rappresentano?

Per spiegare ciò, è necessario analizzare il contesto attuale in cui la falsa informazione si diffonde e come essa sia stata essenzialmente stravolta a causa dello sviluppo tecnologico e dal cambiamento profondo che ha subito il modo e i mezzi per comunicare.

La terza rivoluzione industriale ha portato alla nascita e allo sviluppo delle tecnologie digitali, l'invenzione e l'evoluzione di microprocessori hanno permesso la capacità di raccolta ed elaborazione di una mole sempre maggiore di dati e l'invenzione di Internet unito alla fruibilità dello stesso tramite dispositivi mobili come gli smartphone hanno concesso a chiunque di accedervi senza troppe difficoltà. Congiuntamente a tutto ciò l'abbattimento dei costi di produzione di questi dispositivi e l'offerta di contenuti digitali sempre maggiore e conveniente ha portato ad una rapida diffusione di questi nuovi mezzi rivoluzionando il modo in cui l'informazione viene prodotta, distribuita e infine messa a disposizione degli individui. Notizie, dati e informazioni in contenuto digitale hanno assunto nuove caratteristiche, riassumibili in:

- Persistenza
- Viralità
- Ricercabilità
- Visibilità

Questi criteri rappresentano un'informazione accessibile a un vasto numero di persone, slegate da limiti di tempo o spazio e che è possibile preservare grazie alle capacità di immagazzinamento dei dati. Si tratta di un'opportunità mai vista prima per l'uomo, che prometteva per i più ottimisti la nascita di una comunità di internet altamente democratizzata in cui chiunque potesse esprimere la propria opinione senza alcun limite e dove la cultura sarebbe stata ampiamente diffusa e condivisa. Ma le cose non andarono esattamente così; pur considerando le ottime potenzialità, internet è diventato lo strumento ideale per la diffusione di falsa informazione, complici anche le piattaforme che vi operano, che invece di unire gli

individui nella maggior parte dei casi hanno portato alla formazione di vere e proprie comunità digitali, spesso poco inclini all'apertura e alla discussione nei confronti di determinati argomenti slegati dalla propria area d'interesse.

## 2.2 Henry Jenkins e le comunità digitali

Internet ha quindi modificato i modi e le interazioni con cui l'informazione veniva appresa e diffusa da parte degli individui, che vengono considerati in quanto elementi attivi del processo di condivisione delle informazioni e non come semplici "recettori" di notizie offerte da parte dei media. Si tratta del modello *broadcasting*, tipico dei media tradizionali e che seguiva una logica discendente, dall'alto verso il basso, in cui le società produttrici di contenuti mediatici a scopo intrattenitivo o pubblicitario offrivano un prodotto a più fruitori. Ciascun medium inoltre operava in modo differente rispetto agli altri e il pubblico veniva inteso in un'ottica passiva.

Nel 1992 Henry Jenkins, accademico statunitense e studioso dei cambiamenti all'interno dell'ecosistema dei media coniò il termine *cultura partecipativa*, che identificava la nascita di nuove comunità digitali promotrici di contenuti autoprodotti o rivisitati e che davano spazio alle interazioni sociali fra gli utenti appassionati di uno specifico argomento o prodotto culturale (i *fandom*). Si tratta quindi del fulcro del processo di innovazione nel sistema dell'informazione digitale, che ha portato la stessa audience a costituirsi in un'ottica collettiva per la discussione e la creazione di contenuti del tutto nuovi e indipendenti dal precedente in cui i medium tradizionali controllavano la produzione delle informazioni. La nascita delle comunità digitali tuttavia non ha portato alla scomparsa dei media tradizionali, ma ha fatto sì che essi si adattassero a questo nuovo rapporto di interazione con il pubblico, talvolta incoraggiando la creazione di nuovi contenuti da parte degli utenti in un'ottica di *convergenza*, definita da Jenkins come:

“ il flusso di contenuti su più piattaforme, la cooperazione tra più settori dell'industria dei media e il migrare del pubblico alla ricerca continua di nuove esperienze di intrattenimento.”[8]

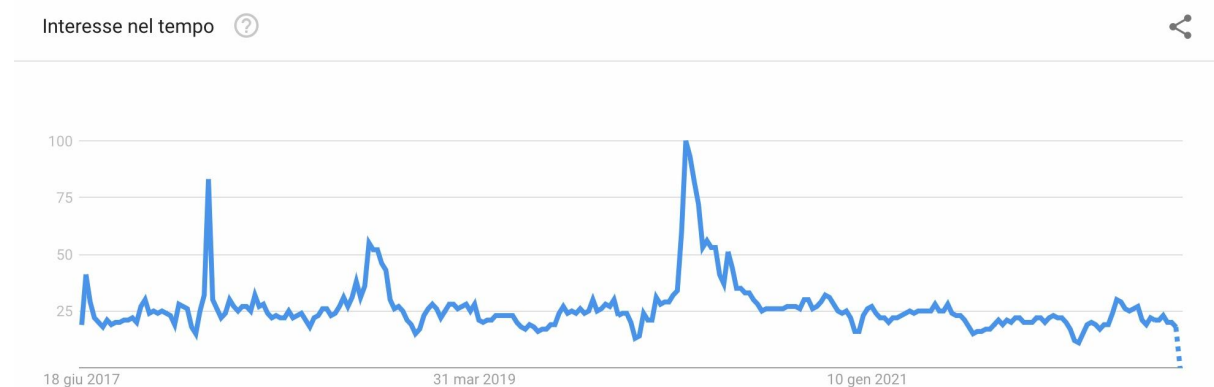
Si uniforma quindi anche il modo in cui gli stessi medium operano, che sommati alla costante interazione col pubblico e l'assecondare delle sue esigenze portano alla formazione di una cultura convergente, in cui idee e cultura per l'appunto si diffondono dall'alto verso il basso,

venendo cioè prodotte su larga scala dai media e poi riappropriate dai diversi pubblici e al contempo rivolte verso l'esterno attraverso il processo di rielaborazione culturale.

Si tratta di una dinamica a doppio senso, ascendente da parte dei consumatori e discendente da parte delle grandi corporation, che ha modificato il rapporto con i media e la cultura popolare, ma che ha avuto importanti conseguenze anche nel modo in cui le persone si informano, apprendono, lavorano e partecipano al processo politico.

## 2.3 Le elezioni presidenziali Usa del 2016 e la diffusione del termine Fake news

Chiarito il contesto in cui la falsa informazione nasce e si propaga, è necessario comprendere anche le cause per cui le fake news sono diventate un tema così ampiamente discusso nella nostra società. Come affermato precedentemente, facciamo riferimento ad un termine recente, che venne diffuso da parte dei media nel 2016 in riferimento alla campagna politica di Donald Trump nel corso delle elezioni presidenziali statunitensi. Proprio in occasione di questo scontro politico, che vedeva la candidata democratica Hillary Clinton contro l'imprenditore repubblicano Donald Trump, il tema delle fake news venne portato all'attenzione del pubblico a causa delle accuse da parte della stessa candidata nei confronti di Trump come responsabile di aver portato avanti una massiccia propaganda di false informazioni contro la sua avversaria.



**Figura 1:** Distribuzione temporale della parola “fake news” in Google Trend dal 2016 ad oggi (mondiale).

In particolare, vennero pubblicati dei report [10] che identificavano come responsabili della creazione di fake news un’agenzia indipendente russa, la *Internet Research Agency*, situata a San Pietroburgo con dipendenti sia in Russia che negli Usa e con cui si presume una stretta affiliazione con il governo russo di Putin. Si tratta di una vera e propria task force responsabile per la creazione di contenuti fake, vignette, meme, blog sotto falso nome e profili fake negli account social. In accordo con i report [11], le “cyber-truppe” così definite possedevano inoltre la capacità di insediarsi in specifici gruppi di discussione per manipolare le opinioni dei membri e furono responsabili di aver compromesso il sistema democratico ed elettorale statunitense, fomentando le divisioni relative ai diversi gruppi ideologici e favorendo quindi Trump.



**Figura 2:** La celebre vignetta pro-Trump pubblicata su Facebook creata da un account russo.

## 2.4 Tipologie di fake news

Quando si parla di fake news si fa riferimento a un’informazione errata che viene diffusa attraverso i media o qualunque altro mezzo comunicativo (come ad esempio i social network).

Uno dei criteri di distinzione con cui classifichiamo questo fenomeno è rappresentato dall’intenzionalità, ovvero la volontà da parte del soggetto di diffondere un’informazione falsa per perseguire un determinato scopo. Tramite questa categorizzazione distinguiamo tre tipologie:

- Disinformazione, ovvero la diffusione di qualunque informazione falsa con la consapevolezza che ciò che si sta affermando è errato ma utile a perseguire il proprio scopo.
- Misinformazione, che consiste nel diffondere un'informazione errata ma senza esserne a conoscenza, nella convinzione di stare affermando il vero.
- Malinformazione, ossia diffondere informazioni vere e non inventate allo scopo di perseguire un fine diffamatorio o dannoso (es. revenge porn).

In seguito a questa categorizzazione e facendo riferimento però al criterio di intenzionalità, ovvero notizie false che vengono prodotte intenzionalmente, classifichiamo:

- Burla o satira, ovvero un contenuto volontariamente falso che viene creato allo scopo di polemizzare o ironizzare su un determinato argomento. L'errore più frequente che accade nel caso di questa tipologia è che le persone considerino veritiere queste notizie.
- Notizie incomplete e parzialità di dati e fatti, ossia tutte le notizie che danno una visione incompleta dell'accaduto prendendo in considerazione solamente alcune informazioni e trascurandone altre. In questo modo si fornisce un quadro parziale della situazione fornendo per esempio una versione molto più conveniente per persuadere il lettore distortendo completamente la notizia.
- Notizie prive di fonti accreditabili, che riportano all'interno rimandi e citazioni a studi o personaggi autorevoli che non esistono o che non hanno mai affermato.
- Notizie con false connessioni, il cui titolo suggerisce un'informazione sensazionalistica che dovrebbe essere ripresa nel corpo dell'articolo ma che in realtà non sussiste.
- Notizie decontestualizzate, dove vengono presi come riferimenti immagini, foto o video che non appartengono alla situazione descritta dall'articolo. Esistono numerosi casi emblematici a riguardo, recentemente l'utilizzo di video di guerre precedenti o addirittura videogiochi per mostrare le vicende del conflitto in Ucraina [12].
- Manipolazione dei contenuti, dove documenti, contenuti multimediali o ricerche scientifiche vengono volontariamente modificate per provare un determinato fatto.

Se le tipologie da un lato si diversificano in relazione al modo in cui vengono create e allo scopo che intendono perseguire, riguardo alle cause e al contesto attuale in cui il fenomeno della falsa informazione si verifica è possibile tracciare un percorso comune, in cui

determinati fattori incentivano le fake news: Condizioni come la concomitanza con news vere rendono molto più facile che un'informazione falsa venga considerata accreditabile, l'utilizzo di titoli emotivi e particolarmente suggestivi fa sì che il lettore sia meno spinto a ragionare di fronte alla veridicità di un fatto e che si lasci trasportare dando per vero la notizia stessa. Fattore importante nella creazione di fake news inoltre è il criterio della verosimiglianza, ovvero “mascherare” una notizia falsa non rendendola esplicitamente tale, seguendo quindi uno stile che possa risultare in qualche modo attendibile.

## 2.5 Cause e concetto di “Post-verità”

Come è stato possibile analizzare, risulta chiaro che parlando di origine della falsa informazione facciamo riferimento ad un intreccio piuttosto complesso in cui storia, comunicazione e evoluzione tecnologica hanno influenzato la nascita di questo fenomeno. Sebbene un'introduzione a questi temi risulti necessaria per comprendere appieno i meccanismi di funzionamento e le sue origini, è l'analisi del contesto dei sistemi di informazione e del loro rapporto con il mondo digitale il tema principale di questa tesi ed è proprio da questo rapporto che possiamo trarre delle motivazioni per cui molto spesso nascono delle problematiche nella produzione di notizie e informazioni. Viviamo infatti in un momento di forte crisi tra il mondo dell'informazione e il pubblico, sintomo di una transizione digitale che per la maggior parte delle fonti informative è risultata particolarmente difficoltosa. Si tratta ovviamente di un discorso che tiene in considerazione l'andamento globale degli organi di informazione e che verrà ripreso più nel dettaglio nel prossimo capitolo, ma che evidenzia come su scala globale l'informazione abbia risentito lo stravolgimento del proprio ruolo, vedendo gli stessi lettori come nuovi elementi del processo di produzione delle informazioni. La *disintermediazione*, che come analizzato da Jenkins ha concesso a chiunque la possibilità di essere una potenziale fonte autorevole di informazione, ha portato alla scomparsa di quel confine tra lettore e media di massa che un tempo veniva riconosciuto come unico emittente. Si tratta di un tema molto importante, che ha contribuito alla *crisi di credibilità da parte dei media tradizionali*, data dall'appropriazione del pubblico di un potere del tutto nuovo e da molte problematiche riguardanti l'effettiva gestione del nuovo modo di fare informazione. Facendo riferimento al caso italiano, altri fattori importanti riguardano l'*eccessiva commistione del giornalismo con l'entertainment*, che tramite la nascita di talk-show televisivi ha portato a una eccessiva spettacolarizzazione della politica,

assorbendo molto spesso anche personaggi appartenenti al mondo del giornalismo. L'*infotainment*, neologismo nato negli Stati Uniti negli anni ottanta, descrive esattamente questo fenomeno; non è inusuale infatti che proprio in questi programmi discussione e argomentazione su un tema di attualità e grande interesse sfociassero in un semplice dibattito dove il ragionamento passava in secondo piano, lasciando spazio a scontri verbali e talvolta fisici più utili all'aumento degli indici di ascolto che alla riflessione. In un contesto del genere, risulta evidente come la credibilità degli ospiti del programma finisca per essere sminuita, rendendoli più delle star dell'intrattenimento.

Scontri verbali, mancanza di un dialogo appropriato e di obiettività sono diventati i nuovi punti cardine per cui una notizia possa risultare appetibile per il grande pubblico, favorendo anche la diffusione delle fake news. Lo si può notare nei social network, sempre più diffusi e utilizzati dalle persone, in cui i dibattiti finiscono quasi sempre in un'eccessiva polarizzazione tra due parti e in scontri talvolta troppo accesi. Si parla così di *post-verità*, termine entrato a far parte degli Oxford Dictionaries nel 2016 e che descrive:

“relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief” [13].

ovvero una condizione in cui, di fronte a una discussione relativa a un determinato fatto o notizia, la veridicità del fatto che descrive viene attribuita sulla base di emozioni e sensazioni, senza alcuna analisi concreta sulla veridicità dei fatti stessi.

## Capitolo 3: Il giornalismo oggi

### 3.1 La crisi del settore

Il giornalismo così come si presenta oggi testimonia l'effetto che i processi di innovazione tecnologica e modificazione delle gerarchie dei media hanno avuto nei confronti dei settori addetti all'informazione. Parlando di innovazione e modifica, tuttavia, l'impatto che la digitalizzazione ha avuto nei confronti di questo mondo risulta tutt'altro che positiva e anzi, si tratta di una vera e propria crisi di settore perpetrata da oltre 10 anni, coincidente a livello temporale con la generale crisi economica del 2008 dei mutui subprime. Come accennato precedentemente, tra le cause attribuibili si evidenzia lo stravolgimento del sistema tradizionale legato alla diffusione delle notizie, dove il ruolo dei giornali ha subito un progressivo ridimensionamento a causa della nascita di un nuovo modo di produrre contenuti, legato al fenomeno della disintermediazione e alla possibilità per qualunque individuo connesso a internet di essere potenzialmente una fonte autorevole di informazione. Sul frangente economico invece, tra le maggiori criticità responsabili di questa crisi si individua l'incapacità da parte della maggior parte delle testate (di cui il caso italiano risulta particolarmente sofferente in confronto ad altri paesi) di optare per un nuovo modello economico, basato non più sui guadagni conseguiti dalle vendite fisiche dei giornali e degli abbonamenti dei lettori ma sull'advertising. Inizialmente, le inserzioni pubblicitarie vennero considerate come un sistema valido per la produzione di ricavi, riferendosi però ai primi anni duemila in cui aziende tecnologiche come Google erano agli albori e non avevano ancora conosciuto il massivo sviluppo economico e il ruolo di leadership mondiale nel loro settore. Erano proprio le testate giornalistiche il mezzo più adatto per garantire la maggiore visibilità dell'inserzione pubblicitaria, producendo ricavi importanti per le stesse testate. La nascita delle big Tech, tuttavia, ha eroso progressivamente il guadagno risultante dalla pubblicità dei giornali, vittime dello sviluppo dei social network e del traffico di utenza sempre maggiore che ha portato ad uno spostamento massivo degli inserzionisti su queste nuove piattaforme, in una vera e propria monopolizzazione del settore.

#### 3.1.1 Infodemia e crisi di credibilità dei media tradizionali

La crisi economica è quindi una delle problematiche principali legate al decadimento del giornalismo moderno, che ha influito in modo determinante anche nello svolgimento da parte del giornalista della propria professione. Un'informazione di qualità infatti è il risultato di un



lavoro che richiede una considerevole quantità di tempo, strumenti e risorse, che vengono a mancare nel momento in cui la sostenibilità economica della stessa testata è messa in discussione. Dall'adozione dei nuovi modelli di business basati sull'advertising e dal crollo degli investimenti del settore a causa dello sviluppo delle big tech, i mezzi di informazione hanno dovuto competere per quote sempre più esigue di entrate pubblicitarie. Questa corsa si concretizza nella produzione di molti contenuti in una finestra temporale ridotta. È in questo sistema che nasce il concetto di *infodemia* [15], neologismo che identifica la sovrapproduzione di fatti e notizie errate e non verificate che oltre a creare disinformazione contribuiscono a fornire una visione distorta della realtà.

Una maggior quantità di notizie a discapito della qualità delle stesse ha portato per la quasi totalità delle testate un'ulteriore crisi, legata alla credibilità della professione, già indebolita dalla ristrutturazione del sistema dei media che aveva privato questi mezzi d'informazione del ruolo di *gatekeeper* nella selezione dei fatti e di affidabilità da parte dei lettori. Una "corsa all'oro" che con l'intenzione di inseguire le nuove tendenze e i maggiori ricavi per far fronte alle perdite economiche ha fatto sì che anche i sostenitori di un modello informativo tradizionale finissero per abbandonare i giornali, smascherando un nuovo modo di fare giornalismo più legato alla protezione dei propri interessi economici che al ruolo di informare e consapevolizzare i cittadini sulle tematiche di loro interesse.

### 3.1.2 Indipendenza politica e ruolo del giornalismo nella società

Il caso delle elezioni presidenziali di Trump nel 2016 ha evidenziato come informazione e politica viaggino su binari paralleli. Dalla rivoluzione francese che ha condotto alla nascita dell'opinione pubblica e del giornalismo moderno fino alla costituzione delle attuali democrazie occidentali, la stampa ha sempre svolto per i cittadini un compito primario, informando e intrecciandosi alle vicende politiche nel ruolo di "cane da guardia del potere", così simpaticamente definito. È proprio grazie al lavoro delle inchieste giornalistiche svolte nel corso della storia che si sono sollevati scandali e cospirazioni politiche (tra cui il più emblematico caso Watergate), i quali hanno garantito alla professione quel ruolo di autorevolezza e prestigio, che per più di cinquant'anni ha garantito l'esercizio della democrazia e oggi a causa della crisi appare ormai come un semplice mito. Se da un lato la difficoltà economica delle testate ha portato all'impossibilità di sostenere un'inchiesta giornalistica completa e approfondita, dall'altro tra giornalismo e politica si è andato a stabilire un rapporto differente dal passato, non più di vigilanza e controllo ma di

subordinazione. La produzione di fake news infatti è diventata per molti rappresentanti politici uno strumento utile per creare confusione e minare ulteriormente la credibilità del giornalismo. Di fronte a una vasta mole di informazioni infatti, il metodo di verifica delle informazioni (*fact-checking*) da parte dei giornalisti diventa praticamente impossibile e pur svolgendosi nel limite delle possibilità incontra il disinteresse da parte del pubblico sostenitore del politico che lo opera. Congiuntamente a ciò, l'impossibilità da parte di moltissime testate di potersi sostenere economicamente ha portato all'acquisizione da parte di grandi gruppi editoriali o fondi di investimento ad acquisire questi organi di informazione per poi esercitare i propri interessi e la loro influenza tramite l'informazione[18], limitando la copertura locale delle notizie che questi giornali operavano e polarizzandone i contenuti. Tutti limiti che compromettono irrimediabilmente la libertà d'espressione e l'esercizio effettivo della democrazia.

## 3.2 I dati della crisi

Comprendere le ragioni della crisi è sicuramente fondamentale, tuttavia per avere un quadro completo della situazione è necessario affidarsi ai dati, che meglio esemplificano e rendono chiara la portata di questo fenomeno a livello globale e come esso si intrecci con la realtà. Nel corso di questo capitolo infatti verranno proposti una serie di dati e informazioni prese dal *Reuters Digital Report 2022* [16], uno strumento molto valido per i professionisti dell'informazione che ogni anno fornisce un quadro della situazione relativa allo stato di salute del giornalismo digitale su scala globale, con un'analisi specifica dei vari paesi oggetto della ricerca. Si tratta di un report particolarmente dettagliato che fornisce varie informazioni e tematiche in relazione al rapporto dei media digitali e della loro diffusione di cui verranno analizzati i risultati che tengono in considerazione l'area di interesse di questa tesi. In seguito alla presentazione dei dati su scala globale, verrà analizzato nello specifico la situazione in Italia con opportuni approfondimenti in merito alle tematiche più importanti.

### 3.2.1 Introduzione metodologica

I dati originati dal report sono frutto di una ricerca commissionata dal Reuters Institute for the Study of Journalism a YouGov [19], azienda britannica specializzata in ricerche di mercato e analisi dei dati e consiste nella somministrazione di un questionario online in 46 paesi suddivisi per area geografica ( Europa, America, Asia e Africa). La campionatura tiene in considerazione parametri che interessano l'età, il gender, l'area di appartenenza, la

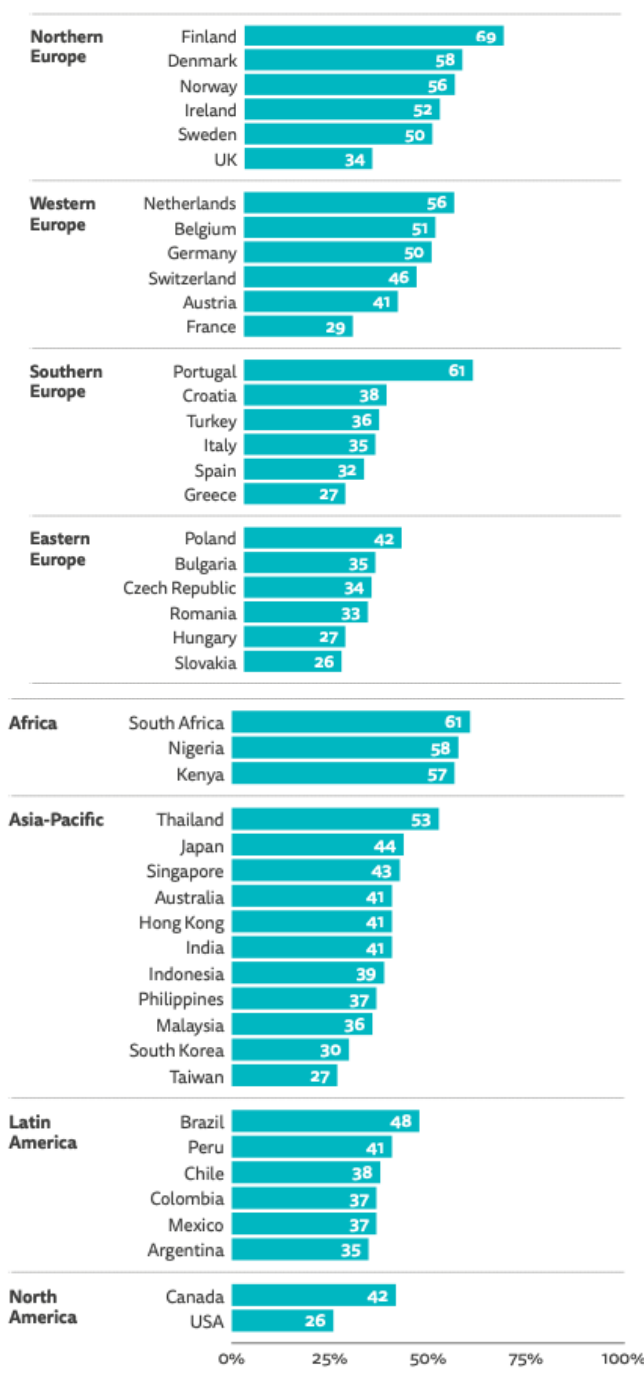
scolarizzazione e per alcuni paesi anche l'orientamento politico dei campioni analizzati. I dati, originati da un questionario online, non devono essere considerati in rappresentanza della popolazione effettiva degli stati in cui la ricerca è stata condotta, ma fanno riferimento alla popolazione avente accesso a internet, la cui percentuale varia da paese a paese (Differenze evidenti compaiono ad esempio se poniamo il tasso di penetrazione di Internet in Nord Europa al 95% comparato a quello di Sud Africa, 58% e India, 54%).

### 3.2.2 Come cambiano le abitudini di consumo delle notizie

Ampiamente analizzato dal report dell'anno precedente, le ricerche condotte in relazione alla pandemia di Coronavirus iniziata nel 2020 hanno prodotto delle conseguenze importanti nel mondo dell'informazione e su come le persone hanno gestito il recepimento delle notizie in rapporto al tema. Nel complesso, a fronte della mole di fake news dilagate nei social media, il livello di fiducia riposto negli organi di informazione ha registrato un aumento di 6 punti percentuali rispetto al 2020 [19], raggiungendo il 44% (dato che si basa sempre sulla campionatura degli individui riportata nell'introduzione metodologica). Tuttavia nel 2022 si è registrato un calo di 2 punti percentuali, sintomo di un consumo inferiore di notizie da un lato e di un aumento di sfiducia da parte della popolazione riguardo ai media.

Uno degli aspetti fondamentali responsabili di questa decrescita è rappresentata dall'aumento del fenomeno di *selective news avoidance*, ovvero dell'intenzionalità da parte di una porzione sempre maggiore di pubblico nell'evitare intenzionalmente il consumo di news.

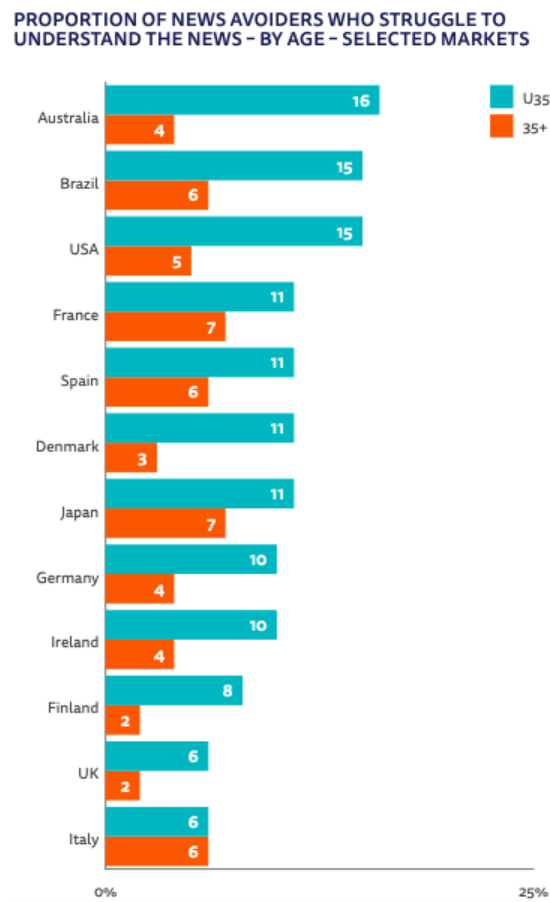
**PROPORTION THAT TRUSTS MOST NEWS MOST OF THE TIME  
– ALL MARKETS**



**Grafico 1.** Il grafico evidenzia i livelli di fiducia riguardo alle news in ogni paese oggetto della ricerca, come riportato, la media globale è del 42%(Reuters digital news report 2022).

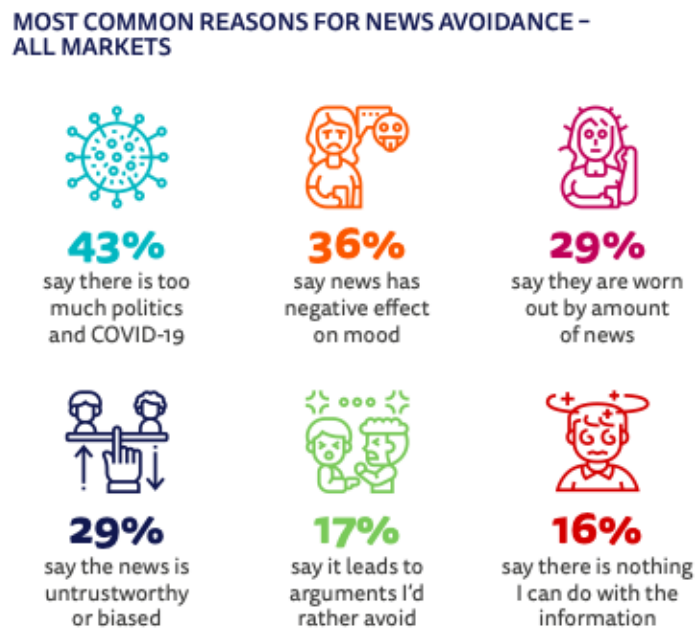
Il calo di interesse registrato a livello globale prima di tutto riguarda l'aspetto generazionale dei consumatori, con abitudini differenti in rapporto alla fascia di età o al livello di scolarizzazione a cui appartengono. Fasce più giovani e meno istruite infatti, pur risultando particolarmente attive online, manifestano uno scarso livello di interesse nei confronti dell'informazione motivato dal fatto che essa non risulti particolarmente influente nel proprio

vissuto quotidiano. Dall'altro lato, individui in età più avanzata appaiono particolarmente scoraggiati dal cambiamento strutturale degli organi di informazione, cause principali la digitalizzazione e la natura del processo di produzione delle notizie. Sempre in correlazione ai fattori di età e scolarizzazione, dal confronto dei risultati dei questionari nei vari paesi è emerso un ulteriore gap generazionale riguardante la comprensione effettiva delle notizie: Giovani e meno scolarizzati infatti manifestano una crescente difficoltà nel comprendere pienamente il contenuto di una notizia, causa associabile a un livello di complessità di linguaggio reputata troppo alta o all'eterogeneità dei metodi con cui si informano, tipicamente social network o per sentito dire da parte di amici o familiari, perdendo spesso la ricostruzione completa dei fatti operata da parte dei media tradizionali da cui si discostano (grafico 2).



**Grafico 2.** Grafico che illustra le percentuali di *sna* in relazione all'incomprensione delle notizie, distinguendo due fasce d'età (Reuters digital news report 2022).

Vi sono poi motivazioni personali, frutto di opinioni e pareri riguardo a posizioni differenti in relazione all'affidabilità dell'informazione stessa e all'*agenda setting* dei giornali, concentrati nell'ultimo periodo attorno ai disastri umanitari della pandemia e della guerra in Ucraina, con effetti importanti sulla percezione da parte della popolazione di un clima di sfiducia e preoccupazione (**grafico 3**).



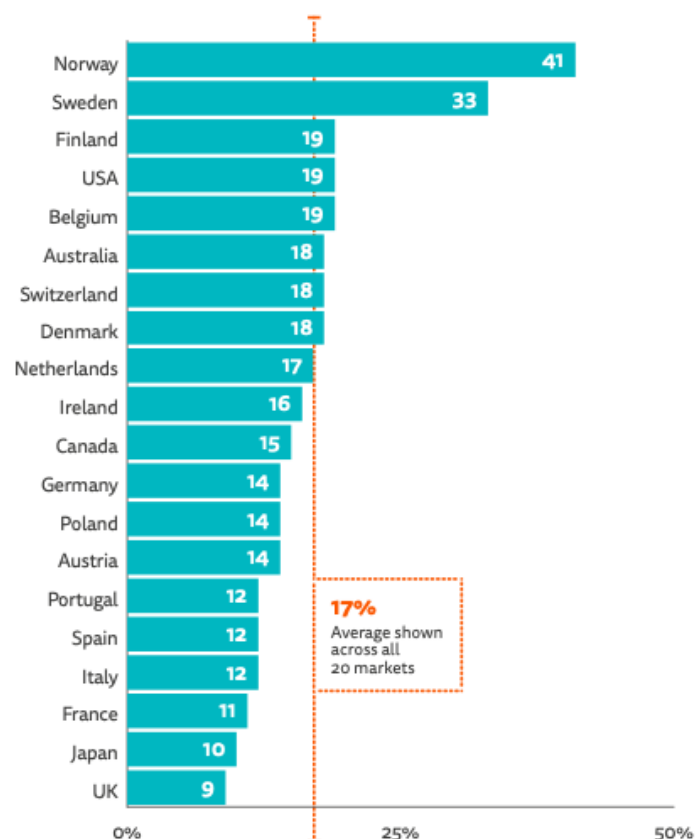
**Grafico 3.** Analisi globale riguardante le motivazioni personali che spingono gli individui a non informarsi (Reuters digital news report 2022).

### 3.2.3 Servizi di informazione a pagamento e paywall

Il pagamento per le notizie online è una tematica centrale nello sviluppo dei servizi di informazione digitale. Collegato strettamente all'adozione dei nuovi modelli di business delle edizioni digitali dei giornali, per contrastare la crisi generata dall'advertising sono sorti modelli di guadagno innovativi per far fronte a questa problematica. Abbonamenti mensili, annuali, settimanali e donazioni libere sono tra gli esempi più comuni di questo nuovo sistema. Stratagemmi come l'applicazione di sconti o di prezzi irrisori agli abbonamenti digitali dei quotidiani inoltre hanno cercato di attrarre sempre più lettori in modo da compensare le perdite del calo delle vendite delle versioni cartacee e dei guadagni pubblicitari, svalutando però anche la qualità del prodotto stesso per cercare di attrarre una porzione consistente di lettori. Un sistema piuttosto inefficace se si osservano i numeri, tuttavia non si tratta dell'unica soluzione per risolvere il problema. Negli ultimi anni infatti

molte testate (talvolta presenti esclusivamente in formato digitale) hanno deciso di adottare un sistema di guadagno completamente differente e pensato per attrarre e consolidare una cerchia ben definita di lettori. Si tratta del modello di *paywall*, dove la testata, pur offrendo la visualizzazione totale o parziale delle notizie in forma gratuita, fornisce la possibilità di abbonarsi per ricevere tutta una serie di contenuti a pagamento esclusivi e talvolta pensati per le loro stesse necessità. Uno stratagemma di “fidelizzazione del cliente” che integra anche il rapporto con la stessa testata, nell’ottica del nuovo mondo dell’informazione in cui un lettore coinvolto e consapevole diventa una risorsa anche per il media stesso. Si tratta di un modello di business relativamente nuovo, che ancora oggi fatica a prendere piede, ma che costituisce una soluzione valida al bilanciamento per i giornali tra la produzione di notizie di qualità e la sostenibilità economica del lavoro svolto.

**PROPORTION WHO PAID FOR ONLINE NEWS IN LAST YEAR  
(SUBSCRIPTION, MEMBERSHIP, DONATION, OR ONE-OFF  
PAYMENT) – SELECTED MARKETS**



**Grafico 4.** Su un campione di 20 Paesi, il grafico mostra la percentuale di soggetti disposti a pagare per il servizio di informazione digitale (Reuters digital news report 2022).

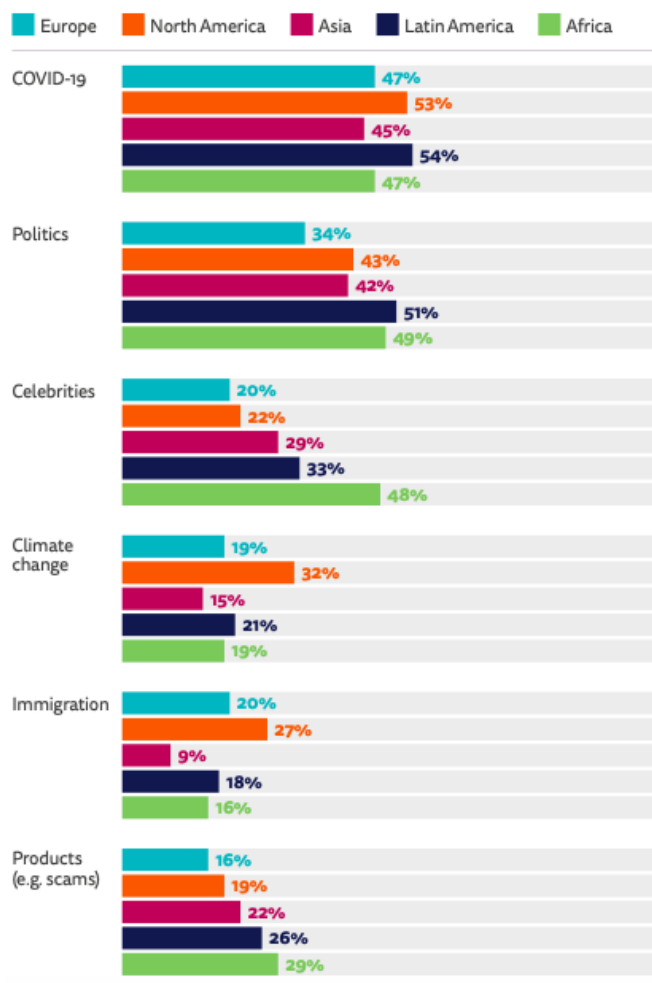
Dal grafico si evince un'abitudine piuttosto scarsa da parte dei lettori alla sottoscrizione dei servizi a pagamento, con una media percentuale del 17% (rappresentativo del quadro generale, esistono paesi come la Norvegia dove il dato è del 41% e paesi come la Croazia all'8%). Si tratta inoltre di un dato che indica un alto grado di concentrazione del mercato, con abbonamenti sottoscritti alle principali testate nazionali dei paesi di appartenenza, tra cui figurano il *New York Times*, *Washington Post* e *Wall Street Journal* per gli Stati Uniti. Il fattore dell'età anche in rapporto a questi parametri esercita una differenza molto importante, con una media di 47 anni per coloro che decidono di iscriversi a un servizio a pagamento e dati molto bassi per le sottoscrizioni dei più giovani, all'8% nel Regno Unito per gli under 30 e al 17% negli Stati Uniti, motivando tali dati in sostenimento della convinzione dei più giovani che l'accessibilità delle notizie debba avvenire in forma gratuita, a esemplificazione della maggior propensione di utilizzo dei social network.

### 3.2.4 Misinformazione

Nell'ambito delle fake news e del fenomeno di misinformazione, più della metà (54%) degli intervistati manifestano preoccupazione riguardo alla capacità di distinguere su internet una notizia vera da una falsa. Tuttavia, riferendosi specificatamente a coloro la cui fonte principale di informazione sono i social network, questo dato risulta ancora più alto, portandosi al 64%. Sono proprio le piattaforme social infatti l'ecosistema perfetto per la diffusione di falsa informazione, dando voce a opinioni particolarmente estremizzate in relazione ai temi salienti del dibattito pubblico. Pur rappresentando la pericolosità dell'uso improprio di questi mezzi comunicativi, la ricerca evidenzia anche come una maggiore esposizione a questo rischio aumenti anche la consapevolezza degli utenti stessi, essendo preparati all'eventualità di poter incorrere in questo fenomeno.



**PROPORTION WHO SAW FALSE OR MISLEADING INFORMATION ABOUT EACH TOPIC IN THE LAST WEEK - SELECTED REGIONS**



**Grafico 5.** Panoramica sui temi salienti in cui è possibile individuare il fenomeno delle fake news (Reuters digital news report 2022).

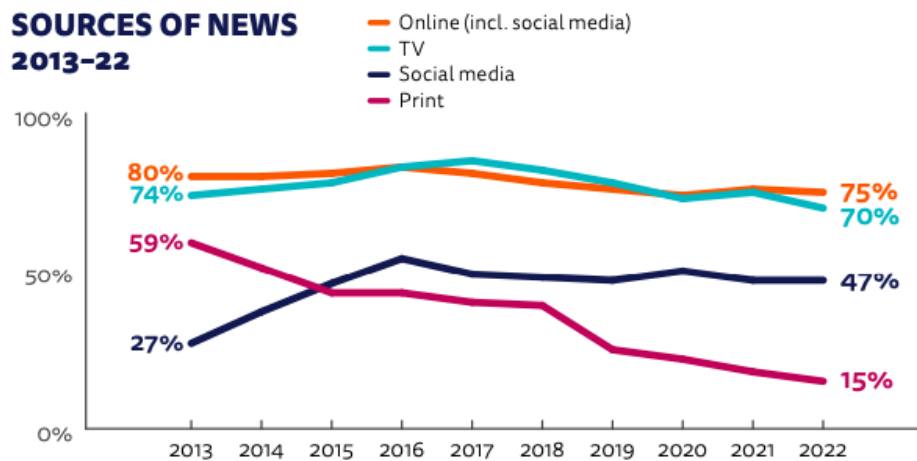
Riguardo alle tematiche da cui si sviluppa principalmente falsa informazione, in accordo al report del 2021[19], le notizie legate al Covid-19 e alle vaccinazioni rimangono un tema saliente e si pongono anche quest'anno in testa alle tematiche discusse, seguiti da politica, celebrità, cambiamento climatico, immigrazione e informativa su determinati prodotti.

### 3.3 Il caso italiano

Tra i paesi coinvolti nella ricerca Reuters figura anche l'Italia, a cui viene dedicata un'analisi sommaria sulla digitalizzazione del proprio sistema informativo. Con un indice di penetrazione di internet al 93%, si riscontra un rilevante ritardo nell'adozione dei media

digitali in confronto agli altri paesi europei. I dati risultano ancora molto bassi, con una percentuale del 12% di lettori disposti a pagare per le notizie online e un livello di fiducia nei confronti dell'informazione che oscilla tra il 13% e il 15%, complici le opinioni secondo cui i media subiscono una forte influenza legata a interessi politici ed economici.

La percentuale di notizie diffuse tramite social, sistemi di messaggistica e mail si colloca al 36%, con Facebook, Whatsapp e Youtube in cima alla lista conquistando più dell'80% delle scelte da parte degli intervistati.



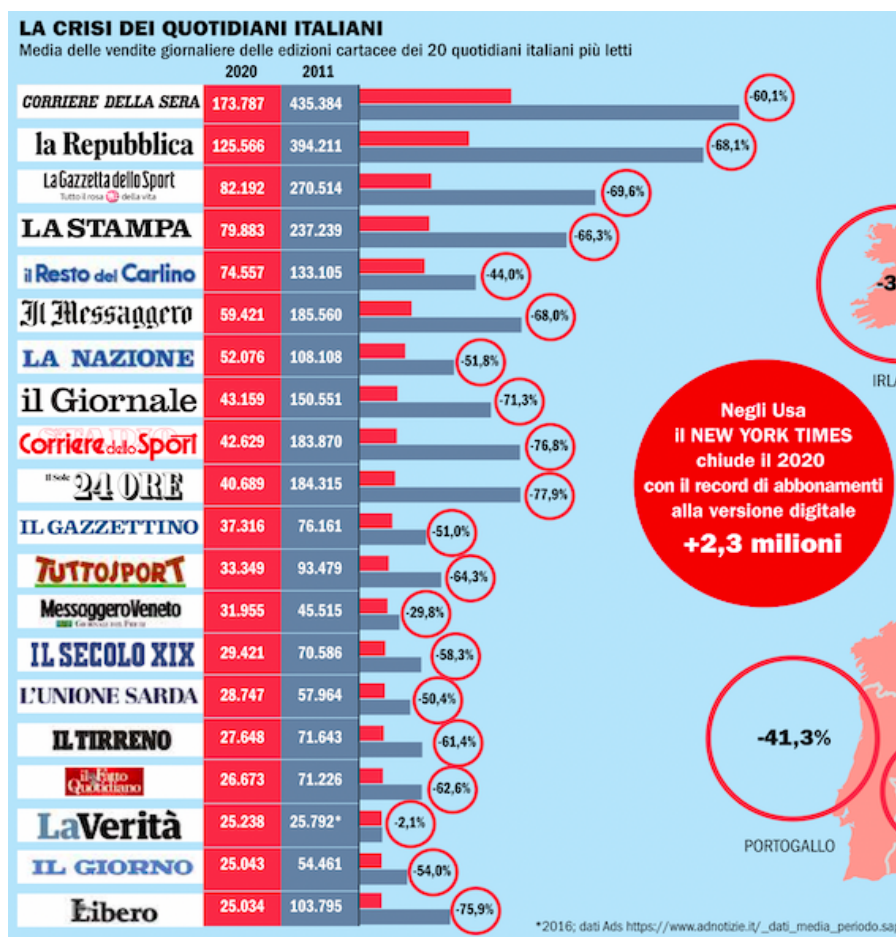
**Grafico 1.** Grafico che illustra l'andamento percentuale del consumo di informazione in relazione alla fonte (Reuters news digital report 2022).

Cala inoltre il livello di consumo dell'informazione nei confronti della stampa, da anni ormai in tracollo mentre invece la televisione registra una lieve decrescita in rapporto agli anni precedenti, comunque al di sopra della media degli altri paesi coinvolti nell'indagine.

Un ulteriore approfondimento è utile a comprendere quali sono le cause che stanno alla base delle difficoltà da parte del Paese nell'adottare un nuovo modo di fare informazione, connesse al ruolo che il giornalismo ha svolto nel corso degli anni e di come esso sia strettamente legato (e attualmente frenato) a problematiche e questioni che vanno dalla politica al rapporto con gli stessi lettori.

### 3.3.1 Il crollo del cartaceo e le commistioni con la politica

Il tracollo delle vendite delle copie cartacee in Italia è un tema centrale, con dati allarmanti che nel corso di dieci anni mostrano come su scala nazionale, le quote di vendita delle singole testate siano state praticamente dimezzate (**Grafico 1**) [21].



**Grafico 2.** Grafico che mostra l'andamento delle vendite dei principali quotidiani nazionali dal 2011 al 2021 ([www.adnotizie.it](http://www.adnotizie.it) per *tpi*).

Un crescente disinteresse per questo formato, complici da un lato le cause analizzate e riguardanti la crisi globale che si aggiungono alle caratteristiche del settore in Italia. L'advertising a tal proposito spicca ancora tra di esse e i dati parlano chiaro: Riguardo alla questione degli inserzionisti, la situazione non è affatto positiva. In numeri, solo in Italia i cosiddetti *Over the top* (Facebook, Google ecc...) nel 2021 in accordo con uno studio condotto dal centro di ricerca Nielsen [14] hanno incassato tramite le inserzioni pubblicitarie oltre 3,2 miliardi di euro, l'86% della raccolta digitale nazionale a fronte dei ricavi delle testate giornalistiche pari a 465 milioni di euro, il 5% del totale. Si tratta di un rapporto coi

guadagni pubblicitari progressivamente deteriorato, che arriva a compromettere anche l'autonomia della stessa linea editoriale. Infatti, se le entrate pubblicitarie hanno un peso maggiore sui bilanci dei giornali, difficilmente saranno inclini alle pubblicazioni di articoli che ledono i loro interessi o quelli dei loro associati. Situazione analoga e legata al concetto di indipendenza economica riguarda l'assorbimento di sempre più testate da parte di grandi gruppi industriali, con un effetto di concentrazione del mercato nelle mani di una cerchia ristretta di imprenditori: Fininvest, Gruppo 24ore, RCS e EXOR sono tra i principali investitori che detengono una rilevante porzione delle più importanti testate giornalistiche italiane nelle piattaforme radio, tv, cartaceo e digitale.

Il rapporto tra editoria e politica è sempre stato controverso, storicamente infatti non è mai esistito (ora non è più così) un editore la cui attività imprenditoriale principale fosse proprio la testata che deteneva, che finiva quindi per essere influenzata e utilizzata a fini di lobby per tutelare gli interessi delle principali attività da lui condotte. Questo concetto tuttavia si applica ai giornali privati ( Exor per La Stampa, RCS per il Corriere della Sera e così via), nella stampa d'opinione invece vi è sempre stata una forte influenza politica che, conseguentemente, portava a uno schieramento tra le parti. I veri abusi vennero tuttavia compiuti nel momento in cui molti giornalisti assunsero incarichi politici, sovrapponendo questi due ruoli e talvolta anche scambiandoli (il fenomeno delle *porte girevoli*, ovvero il passaggio da giornalista a politico e viceversa), in un continuo sistema che protraendosi nel tempo ha portato allo sfumare dei confini tra queste due professioni, minando la stessa qualità dell'informazione prodotta [21].

Diventa impossibile infatti per il giornalismo stesso effettuare quel ruolo di vigilanza e controllo sulle vicende politiche se gli stessi giornalisti hanno un legame diretto con questa professione, legame che per altro risulta legittimo dal punto di vista legislativo.

Questi fattori hanno contribuito alla creazione da parte dei lettori di una percezione negativa del giornalismo negli ultimi anni, che da un lato ha portato all'abbandono di questi mezzi da parte dei lettori tradizionali e che viste le criticità nel processo di digitalizzazione non riesce ancora oggi a porsi come accattivante nei confronti dei giovani.

### 3.3.2 Nuove prospettive

Dall'analisi dei dati traspare un quadro della situazione piuttosto scoraggiante, che evidenzia come effettivamente l'informazione in Italia stia pagando a caro prezzo gli errori commessi.

Tuttavia esistono nuovi progetti editoriali sviluppati sul web (talvolta in forma esclusiva) che stanno avanzando e che passo dopo passo continuano a crescere in relazione alla qualità delle notizie prodotte, alla community di lettori e alla sostenibilità economica dei progetti stessi. Per esempio, tra queste nuove redazioni digitali il report Reuters menziona Fanpage, capace di acquisire quest'anno un tasso di copertura degli utenti del 23%, superando anche editori più grandi e consolidati sul territorio nazionale. Le leve principali responsabili di questo successo sono attribuibili a una somministrazione di contenuti più appetibili per i giovani, ottenuta tramite un corretto bilanciamento tra l'applicazione del metodo giornalistico tradizionale e di nuove forme di creazione di contenuti, facendo riferimento anche alla fruibilità disponibile a mezzo social. Anche la selezione delle notizie diventa fondamentale, orientandosi su temi che attraggono le attenzioni del maggior numero di utenti possibili, che consistono principalmente su gossip riguardanti le celebrità, notizie di cronaca nera o reportage in merito ad argomenti particolarmente *mainstream*.

Il Post.it invece viene menzionato per i considerevoli traguardi raggiunti nell'ultimo anno, avendo efficacemente adottato un sistema di remunerazione basato sulla logica del paywall e della creazione di contenuti esclusivi per gli abbonati che tramite il raggiungimento di una quota di 50,000 iscritti l'ha reso sostenibile dal punto di vista economico, stando a quanto dichiarato dallo stesso direttore Luca Sofri [22].

Infine, tra gli strumenti di informazione digitale, i podcast acquisiscono rilevanza sempre maggiore, con un tasso di ascolto mensile del 29%. Tra i podcast particolarmente apprezzati spicca Stories, curato dalla giornalista Cecilia Sala e edito da Chora Media, podcast company fondata nel 2020 che sta riscontrando un notevole successo da parte degli ascoltatori e che è stata responsabile recentemente di aver acquisito anche il sito d'informazione Will.Ita, particolarmente attivo nei social con una community che ha raggiunto gli 1,5 milioni di follower. Si tratta di un segnale molto interessante per il sistema informativo digitale italiano, l'acquisizione infatti, pur mantenendo distinte le linee editoriali delle due diverse piattaforme, costituisce la nascita del primo polo informativo digitale in Italia [23][30].

## Capitolo 4: La verifica delle informazioni online

### 4.1 L'importanza del processo di verifica

La verifica delle informazioni e delle fonti rappresenta una delle attività principali nell'applicazione del metodo giornalistico di produzione delle notizie. Si tratta di una fase in cui è necessario verificare la veridicità dei fatti che si intendono raccontare e che avviene tramite dei processi di verifica sia per quanto riguarda il materiale raccolto, sia per la fonte da cui proviene l'accadimento che si intende raccontare. Esistono delle regole per verificarne l'affidabilità, che impongono prima di tutto il confronto delle diverse fonti a cui ci si rivolge (dal giornalismo anglosassone nasce la regola del *double-checking*, verificando la stessa versione di un fatto da due fonti differenti). Partendo da elementi che ne confermano la veridicità, siano esse testimonianze, documentazioni, video o prove fotografiche, l'affidabilità diventa quindi una necessità primaria e si sviluppa tramite l'instaurazione di un rapporto di fiducia e di protezione nei confronti delle fonti.

Si tratta comunque di un processo che richiede del tempo e se rapportato al mondo dell'informazione digitale, necessita della capacità di sapersi muovere tra una mole di dati, immagini e video. Il problema infatti non riguarda tanto l'errore clamoroso scatenato da un'informazione palesemente falsa, quanto la decontestualizzazione dei fatti e le modificazioni minime apportate alle notizie difficili da individuare e che possono generare un grande potere manipolatorio nei confronti di chi le legge.

Da questi presupposti, sono nate delle linee guida relative ai processi di verifica delle notizie online [25], in rapporto alle specificità della notizia e che uniscono conoscenze dell'informatica all'applicazione del classico metodo giornalistico.

Nel linguaggio comune, termini come “fact-checking” e “verification” si sono diffusi grazie all'influsso dei giornali e della crescita graduale che il tema delle fake news ha acquisito nel corso degli ultimi anni. Questi due termini vengono spesso interpretati come sinonimi che descrivono lo stesso identico processo, tuttavia, come spiegato dal giornalista Craig Silverman [24], autore del *Verification handbook: an ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage*, questa associazione di significato non è del tutto corretta.

Basandosi sulle definizioni, con il termine “verification” ci riferiamo a:

“Disciplina che fa parte del cuore della professione giornalistica, che viene applicata sempre più spesso anche a professioni differenti”[24]

“fact-checking”, invece:

“Applicazione del processo di verifica nel mondo del giornalismo. La verifica è una pratica fondamentale che permette di eseguire il fact-checking”[24]

I due termini quindi condividono la stessa area tematica essendo riconducibili ad attività di conferma o di debunking delle notizie, ma il primo è in funzione del secondo e non può essere quindi inteso con lo stesso significato.

Chiarito questo concetto, nel corso di questo capitolo verranno esposte le metodologie che si utilizzano nei processi di verifica delle informazioni digitali, rapportati a nuovi strumenti tecnologici che meglio si adattano allo smascheramento di bufale o di qualunque altro episodio riconducibile al fenomeno della falsa informazione.

Non si tratta però di una guida definitiva ai processi di verifica: sarebbe errato presumere che questi strumenti siano gli unici a disposizione, la creazione di nuovi software che integrano ulteriori funzionalità avviene molto velocemente nel contesto digitale e richiede quindi da parte dei professionisti un costante aggiornamento. Nell’ambito di questa tesi, invece, lo scopo è fornire una panoramica che illustra come il giornalista digitale può muoversi all’interno degli nuovi spazi di raccolta delle fonti in cui opera.

## 4.2 Verificare gli *UGC*

Prima di cominciare il processo di verifica di una notizia, il giornalista che si occupa di svolgere questo incarico deve possedere dei requisiti fondamentali per svolgere correttamente il proprio lavoro:

- Inventiva, perseveranza e scetticismo.
- Conoscenza, molteplicità e affidabilità delle fonti con cui è possibile che venga a contatto.
- Documentazione.

In rete, la quasi totalità dei materiali che si ritroverà a consultare e analizzare appartiene alla categoria degli *ucg*, acronimo di *user generated content*. Si tratta del materiale informativo prodotto da qualunque utente della rete, che com’è facile intuire fa riferimento ad una vastissima mole di dati e contenuti multimediali (come foto e video). Raggiungere la fonte

effettiva di un *ugc* può essere difficile, spesso infatti i contenuti sono oggetto di riappropriazioni e modificazioni nei passaggi tra un individuo all'altro e per essere verificati deve essere rintracciato l'utente responsabile di aver caricato il contenuto per la prima volta. Attualmente nessuna tecnologia esistente è in grado di verificare autonomamente e con la massima sicurezza la veridicità di un evento o di un contenuto, la riuscita del processo è frutto infatti della combinazione tra gli strumenti tecnologici e il lavoro del giornalista, che deve porsi prima di tutto quattro domande:

1. Provenienza: Il contenuto a cui ho accesso è la fonte originaria?
2. Fonte: Chi ha condiviso il contenuto?
3. Data: Quando è stato creato il contenuto?
4. Luogo: Da dove proviene il contenuto?

Trattandosi di un processo, una verifica accurata impone il rispetto di questi passaggi, che cambiano in relazione alla tipologia di materiale che viene preso in esame.

### 4.3 Raggiungere e verificare un utente

Identificare l'utente che ha condiviso per primo il contenuto interessato è fondamentale per ricevere le informazioni chiave della verifica. Grazie ad esso infatti è possibile ricavare dati che riguardano la natura degli avvenimenti, la precisazione del luogo e dei tempi in cui il fatto si è verificato oltre che a fornire una versione dei fatti che potrà essere successivamente incrociata con altre testimonianze.








Solitamente, il primo punto di aggancio con l'utente è rappresentato da un profilo, o meglio, dal suo nome. La ricerca delle informazioni può avvenire tramite la digitazione di questo nome utente in un qualsiasi motore di ricerca, ad esempio **Google**. In questo modo si otterranno dei risultati in diverse piattaforme che potrebbero contenere il medesimo nome utente per iniziare a delineare una mappatura delle attività che svolge e dei suoi interessi. Oltre a questi motori di ricerca, esistono anche dei servizi privati utilizzati dai professionisti della ricerca che forniscono informazioni molto più dettagliate. Tra i più accreditati si menzionano Nexis, utile per rintracciare documenti pubblici e legali ma che identifica solo informazioni negli Stati Uniti ed è carente nel rintracciare username o e-mail.



[Pipl](#) e [Skopenow](#) sono altrettanto utili e possono fornire tabulati telefonici, registri di proprietà, dati online e profili di piattaforme come LinkedIn o Facebook, anche se gli account risultano chiusi o inattivi.

Una volta trovata una corrispondenza, siti come [haveibeenpwned.com](#) o [Dehashed.com](#) indicano se si sono verificate delle violazioni sui dati nelle informazioni appartenenti ai profili degli utenti per attestare la validità di un indirizzo e-mail e giungere così a nuovi contatti.

Anche le foto di un profilo vengono impiegate per le ricerche. Google, come per il nome utente, rappresenta un'alternativa valida e gratuita grazie alla funzionalità di ricerca inversa delle immagini, tuttavia motori di ricerca come [Yandex](#) o l'estensione di Google Chrome [Reveye](#) risultano più accurati, dando la possibilità di compiere una ricerca su molteplici piattaforme.

	 Elements Identified	 Faces	 Structures	 Places	 Digital/ Logos	 Alternate Sizes	 Flipped or Altered
Google	1	Neutral	Great	Great	Great	Good	Neutral
Yandex	2+	Great	Great	Great	Good	Good	Good
Bing	3+	Good	Good	Good	Good	Neutral	Great
TinEye	1	Neutral	Neutral	Neutral	Great	Great	Good

**Grafico 1.** Grafico che illustra i motori di ricerca per la verifica delle immagini più utilizzati in rapporto all'efficienza (Verification handbook for disinformation and media manipulation)[28].

L'utilizzo di questi mezzi tuttavia non garantisce un'accuratezza perfetta, ragion per cui affidarsi esclusivamente ad essi potrebbe portare a commettere degli errori diffondendo ulteriormente delle informazioni false. Per ovviare a questo problema è consigliato individuare dei riferimenti comuni all'interno delle foto, siano esse tratti caratteristici di una persona come tatuaggi, nei e altre peculiarità che possano associare le diverse immagini alla stessa persona. Esistono inoltre programmi di identificazione facciale come [Face++](#), che associa i tratti somatici dei volti contenuti in due foto differenti e ne elabora la corrispondenza.

## 4.4 Individuare i BOT

Nell'individuazione dell'utente, talvolta è possibile incappare in profili con comportamenti insoliti, soprattutto se il tema della propria indagine è un dibattito online particolarmente saliente per l'opinione pubblica, che schiera secondo le logiche di conflitto tipiche dei dibattiti online fazioni sostenitrici di questa o quella opinione in merito. In queste condizioni, molto spesso possono essere utilizzati strumenti particolarmente manipolatori che influiscono proprio nei rapporti di conflittualità che possono insorgere, spostando l'attenzione verso l'attacco di un rappresentante politico, di un movimento sociale e così via.

Questi strumenti prendono il nome di bot (abbreviazione di *robot*), camuffati allo scopo di apparire come persone in carne ed ossa.

Si tratta di applicazioni software che possono svolgere automaticamente dei compiti assegnati da esseri umani. L'esecuzione credibile o non credibile dipende in massima parte dal modo in cui vengono configurati dal programmatore che li ha sviluppati.

Esistono principalmente 3 categorie di bot che operano all'interno dei social media:

- Bot programmati
- Bot di guardia
- Bot amplificatori

Questa distinzione viene operata in relazione ai diversi incarichi che svolgono. Risulta fondamentale comprendere quali funzioni esercitano perché da esse dipende lo schema comportamentale e il linguaggio utilizzato da quello specifico bot.

Nel caso del fenomeno di disinformazione, i bot più frequentemente utilizzati sono i bot amplificatori. Lo scopo di questi bot è infatti quello di diffondere contenuti online al fine di influenzare l'opinione pubblica. Altri esempi di applicazione di questa specifica categoria di bot sono ingrossare il numero di follower di un account, influenzare i trend di hashtag, diffondere link o contenuti visivi, produrre spam di massa o prendere di mira come target una specifica persona online a fini diffamatori.

Particolarmente, l'impiego di bot nella diffusione di hashtag sono risorse molto utili nell'ingannare l'algoritmo di Twitter e portare in tendenza l'hashtag di loro interesse. Tra gli esempi più celebri ricordiamo il trend “#Hillarysick”, propagatosi nel settembre del 2016: l'hashtag si diffuse quando la candidata presidenziale in occasione della cerimonia di commemorazione per le vittime dell'undici settembre accusò un malore e fu costretta a

lasciare prima la cerimonia, venendo ripresa mentre veniva scortata alla propria auto a braccetto dalle sue guardie di sicurezza perché non in grado di restare in piedi.

Acquisire una rete di bot è molto facile, ne esistono molti in commercio e i prezzi non superano il centinaio di dollari. La vera difficoltà sta nel costruire una rete sofisticata che opera assecondando le tendenze comportamentali umane, che richiede uno sviluppo difficile e dispendioso dal punto di vista economico.

Uno degli strumenti dediti allo smascheramento dei bot è [Botometer](#), una sorta di “rilevatore” che analizza i profili Twitter e ne attribuisce un punteggio in relazione alla probabilità di essere un fake. I criteri di individuazione tengono in considerazione le attività sospette di un profilo, come l’aver pubblicato post, tweet e altri contenuti in grandissime quantità in un periodo particolarmente ristretto di tempo o seguendo degli intervalli temporali molto precisi (atipici del comportamento umano), la data di creazione del profilo particolarmente ravvicinata al periodo di pubblicazione e coincidente con altrettanti profili simili può essere un ulteriore campanello di allarme, o ancora più evidentemente individuando discrepanze tra la foto profilo e il nome dell’utente, errori che sono spesso il frutto di una fretolosità da parte del programmatore che li origina.

Forniti gli strumenti e le caratteristiche di riconoscimento, è consigliabile seguire una strategia per l’individuazione dei bot, riassunta in:

1. Esaminare manualmente e in modo diretto gli account per individuare atteggiamenti sospetti.
2. Affiancare il controllo manuale con strumenti digitali e analisi specifiche.
3. Indagare sulle attività e sui contenuti degli account che interagiscono con il profilo preso in esame. Integrare questo procedimento con i metodi d’indagine tradizionali e le tecniche di investigazione, cercando di contattare ad esempio le persone presenti negli account o arrivare alle loro conoscenze per interrogarle.
4. Affidarsi ad esperti esterni specializzati nell’individuazione dei bot.

## 4.5 Verificare un’immagine

La verifica delle immagini, analizzata a grandi linee già nei processi di individuazione dell’utente, segue una metodologia che si articola in tre fasi:

Il primo passo consiste nell'individuazione dell'autore dell'immagine. Avviene tramite un lavoro di ricerca al fine di raccogliere più informazioni possibili sul suo conto. Molto spesso infatti, le immagini che giungono nelle redazioni non provengono dalla fonte originale ma sono frutto di un processo di *reposting* che le fa rimbalzare da un utente all'altro e che quindi rende difficile stabilire l'attendibilità. Si tratta quindi di ripercorrere a ritroso i vari passaggi che l'immagine ha subito, utilizzando strumenti come Google reverse image, Yandex o [Tineye](#). Nello svolgersi di questa attività, uno degli aspetti che può aiutare nell'accreditamento della fonte è di controllare la risoluzione e il formato dell'immagine. Molto spesso infatti versioni con un livello di definizione più alto e di dimensione più grande corrispondono all'originale, in quanto nel passaggio tra utenti e piattaforme differenti questi attributi tendono a diminuire.

Il secondo step consiste nell'identificazione di luogo, data e ora approssimativa in cui è stata scattata l'immagine. La ricerca di queste informazioni è contenuta all'interno di dati estraibili dall'immagine stessa in relazione al formato (per esempio, il formato .JPEG supporta questa funzionalità). Si tratta degli *EXIF data* (Exchangeable Image File), pacchetti di dati che contengono le informazioni relative alle specifiche dello scatto e che indicano la tipologia di camera utilizzata, il modello, la risoluzione, la data e il luogo di creazione dell'immagine. Per la visualizzazione di questi dati è possibile utilizzare software appositi come [Fotoforensics.com](#).

Una volta acquisite le specificità dell'immagine è essenziale accertarsi del contesto in cui l'immagine è stata scattata, per evitare di commettere errori relative all'utilizzo di un'immagine che non riflette il fatto a cui è stata associata: Targhe di veicoli, cartelli o indicazioni stradali, edifici o negozi facilmente riconoscibili e il tempo atmosferico dell'immagine sono elementi che facilitano la contestualizzazione. Per verificare queste caratteristiche possono essere utilizzati [Wolfram Alpha](#) che fornisce indicazioni sul meteo in relazione a tempo e luogo, [free-ocr.com](#) per l'estrazione di testi dall'immagine e Geofeedia o più semplicemente [Google Maps](#) per la geolocalizzazione.

L'ultimo aspetto, infine, riguarda la parte legale relativa all'utilizzo dell'immagine a cui si è riusciti a risalire e riguarda la tutela delle leggi sul copyright. Per l'utilizzo delle immagini infatti, esiste una normativa che richiede l'esplicita autorizzazione da parte del soggetto che detiene i diritti dell'immagine che va quindi consultato per ottenere il permesso di utilizzarla.

## 4.6 Verificare un video

La verifica di un video segue un percorso molto simile al processo che viene utilizzato per le immagini, tuttavia, essendo un contenuto più complesso e manipolabile, richiede una maggiore accortezza da parte del giornalista nel processo di verifica che deve porre le giuste domande per arrivare all'identificazione corretta della fonte.

Come per le immagini, si deve partire dall'assunto che il video da analizzare non sia l'originale ma il risultato di interventi e modificazioni (duplicati, ritagli ecc..), è utile quindi ricavare dal video in questione informazioni come parole chiave, acronimi, nomi e luoghi di riferimento che verranno poi utilizzati come criteri di ricerca nei vari software. Generalmente, consultare i *metadata* fornisce dei vantaggi nell'individuazione delle caratteristiche più importanti.

Piattaforme come [Youtube](#), [Vimeo](#) o [Youku](#) offrono la possibilità di applicare dei filtri di ricerca, utili ad esempio per controllare le thumbnail dei singoli video e confrontarle in rapporto alla qualità per identificare più facilmente l'originale.

Dopo che la fonte è stata individuata, si utilizza un approccio riconducibile ai metodi di verifica tradizionali. Per le fonti online, risulta facile accedere alle informazioni che interessano la storia e l'attività dell'utente che ha caricato il contenuto, tuttavia il percorso migliore è cercare di mettersi in contatto direttamente con l'interessato e confrontare i dati raccolti con quanto affermato dallo stesso.

Stabilito il contatto con l'autore originale del video, lo si deve sottoporre a dei quesiti:

- Si tratta di un utente noto in cui ci si è già imbattuti? Esiste uno storico di contenuti prodotti dallo stesso che sono già stati visti?
- Dove è stato registrato l'account?
- Da dove proviene l'utente?
- Le descrizioni dei video sono complete? Indicano una specifica posizione? I video hanno una data di creazione?
- Se il video presenta un logo, è presente in tutti i video del canale? c'è una corrispondenza tra i loghi già presenti?
- L'utente condivide contenuti prodotti da altri utenti? O sono tutti autoprodotti?
- L'utente utilizza un modo di esprimersi (slang, accento, dialetto) compatibile con quello che si può sentire nei video che pubblica?

- I video del canale in termini di risoluzione dell'immagine sono qualitativamente accettabili?
- I video hanno estensioni come .AVI o .MP4 nella descrizione? (Indicano che il video è stato scaricato direttamente dal dispositivo con cui è stato registrato).
- La descrizione del video, caricato su Youtube riporta "Video caricato tramite Youtube Capture" nella descrizione? (Indica se il video che è stato filmato proviene da uno smartphone).

Una volta risposto a questi quesiti, si cerca di accedere alle informazioni relative ad altri account appartenenti a piattaforme differenti da quella in cui è stato caricato il video, al fine di apprendere ulteriori informazioni relative a:

- Rintracciare tramite Facebook o Twitter il codice univoco del video, ogni *ugc* infatti è identificabile tramite un codice che compare all'interno dell'URL. Ad esempio, in piattaforme come Youtube il codice di identificazione si pone tra la "v=" e il successivo "&" all'interno dell'URL.
- Verificare se esistono altri account relativi a social, blog o siti internet citati nel profilo utente di riferimento e che vengono quindi gestiti dallo stesso individuo.
- Raccogliere le informazioni relative a questi diversi account, controllare se gli elementi di riconoscibilità presenti nell'account di partenza compaiono anche negli altri appartenenti alle diverse piattaforme.
- Stabilire l'inizio delle attività di questi account e verificare se risultano ancora attivi.
- Accertarsi se esiste un rapporto di correlazione tra il fatto riportato dal video su cui si sta indagando.

A questo punto, il processo di verifica giunge alle conclusioni finali, relative alla localizzazione geografica del video e alla verifica della data in cui è stato registrato. In questo caso gli strumenti che si possono utilizzare sono gli stessi utili per identificare queste informazioni per le immagini, con alcune variazioni. Per individuare il luogo del video infatti è possibile utilizzare [Wikimapia](#), una variante di Google Maps che evidenzia all'interno delle mappe edifici, sobborghi e siti militari fornendone anche una breve descrizione. Nell'individuazione della data invece si deve prestare attenzione al metodo in cui avviene la datazione dei video nella piattaforma che si sta considerando: Youtube ad esempio segue il *PST* (Pacific standard time), pertanto in relazione a questo fattore si potrebbero verificare

delle incomprensioni dovute ai differenti fusi orari e che potrebbero far apparire un video come registrato precedentemente alla datazione dell'accaduto in una parte diversa del mondo. Per un livello di accuratezza ancora più alto, è possibile utilizzare programmi come [VLC media player](#), [Avidemux video editor](#) o [Vegas pro](#) che permettono la scomposizione del materiale nei singoli frame in cui è composto per poter individuare dettagli ancora più difficili da cogliere.

## 4.7 Advanced computing e prospettive future

A questo punto è possibile osservare come questo nuovo modo di svolgere i processi di verifica delle informazioni non risiede esclusivamente nell'utilizzo degli strumenti digitali, si tratta invece di un connubio tra le conoscenze del metodo giornalistico classico a cui vengono implementati nuovi "attrezzi del mestiere". Oltre a questo metodo di affiancamento tra risorse tecnologiche e umane, nell'ambito dell'informatica è in corso di sviluppo un settore che mira a un'integrazione sempre più profonda di queste abilità che prende il nome di *advanced computing*. L'*advanced computing* è composto essenzialmente da due elementi, il *machine computing* e l'*human computing*.

Col primo termine si identificano i processi di elaborazione del linguaggio naturale svolti da un calcolatore elettronico, che consiste nelle capacità di apprendimento ed elaborazione delle informazioni scritte o parlate di una lingua che possono essere effettuate da un software. Maggiore sarà la capacità computazionale dell'elaboratore, maggiori saranno le abilità nell'apprendere il linguaggio per cui è stato programmato e risultare affidabile in quanto capace di analizzare situazioni sempre più complesse. Nel descrivere queste abilità avanzate, si utilizza l'acronimo *NNLP*, *neural natural language processing*.

L'*human computing* invece indica all'interno delle funzioni svolte dalla macchina tutti i processi che vengono invece esternalizzati per essere svolti dall'uomo i cui risultati poi verranno raccolti e sottoposti all'elaboratore stesso.

L'utilizzo di questi sistemi ibridi rappresenta una nuova frontiera per i processi di ricerca delle informazioni online, con buone prospettive sui vantaggi che potrebbero portare a un incremento della velocità di acquisizione delle informazioni e conseguentemente al miglioramento stesso dell'esercizio della professione. Velocità maggiori infatti comportano anche la possibilità di analizzare in minor tempo una quantità più ampia di informazioni, combattendo il fenomeno della disinformazione che fa proprio leva sulla capacità di poter essere prodotta in tempi brevissimi. Attualmente esistono progetti molto interessanti relativi

all'*hybrid computing*, lontani tuttavia dall'essere strumenti affidabili per poter essere applicati a causa della facilità con cui possono essere compromessi e manipolati e la necessità di importanti quantità di investimenti per essere sviluppati. Tra di essi, si menziona l'[AIDR](#) (artificial intelligence for disaster response), un'intelligenza artificiale che opera tramite la piattaforma Twitter e che segue una logica di apprendimento relativa ai contenuti per cui può essere impiegata. Tramite la selezione di un *tag* o di una parola chiave infatti questo software è in grado di fornire un tracciato relativo ai tweet che contengono l'attributo interessato, giungendo in modo molto più semplice e veloce alla fonte da cui proviene. Attualmente, consiste in un prototipo che è già stato sottoposto ad applicazioni pratiche, si presta infatti per essere impiegato in situazioni di emergenze umanitarie come disastri naturali o zone di guerra al fine di poter aiutare i soccorritori nell'individuazione delle informazioni condivise dalle vittime, cruciali per l'invio dei soccorsi in tempi immediati e nelle zone in cui è necessario che intervengano.



# Capitolo 5: La guerra in Ucraina e il caso di Bucha

## 5.1 Il conflitto

Il 24 Febbraio 2022 il territorio dell'Ucraina viene invaso dalla Russia scatenando il conflitto più grande nel territorio europeo dalle guerre che interessarono i territori della ex Jugoslavia negli anni novanta. Lo scontro viene motivato da parte del presidente della Confederazione russa Vladimir Putin come un'operazione militare volta alla liberazione dei territori filorussi del Donbass e delle autoproclamate repubbliche separatiste di Donetsk e Luhansk, oltre all'esecuzione di un piano di "denazificazione" e di "disarmo" dell'intero paese. Le tensioni tra questi due stati hanno radici storiche molto profonde e motivano interessi completamente differenti da quanto comunicato dal Cremlino sulle giustificazioni di questa guerra. L'Ucraina infatti è sempre stato un territorio appartenente alla sfera d'influenza della Russia, che nel corso della storia è stata oggetto di contese e dominazioni da parte di questo Paese che oggi si ripercuotono sui rapporti fra i due Stati.

Nel 2013 infatti si verificarono delle proteste da parte della popolazione (chiamate *EuroMaidan*) che portarono a un violento scontro tra i manifestanti e la polizia, attribuiti a delle decisioni prese dall'allora presidente in carica Viktor Yanukovich.

Politicamente vicino alla Russia, venne contestato dai manifestanti per aver interrotto le trattative relative a un accordo per l'istituzione di una zona di libero scambio tra l'Unione Europea e l'Ucraina, accettando invece l'aiuto da parte della Russia per risollevare il paese dalla crisi economica che si stava verificando. Le proteste continuarono per molto tempo fino a portare a un'insurrezione popolare che il 22 Febbraio 2014 fece crollare il governo del presidente Yanukovich, che fuggì dal paese. Nei territori della Crimea, vicina alla Russia dal punto di vista geografico, politico e culturale, la destituzione del presidente ucraino portò le forze russe ad occupare il territorio per ristabilire l'ordine, al punto da conquistare l'intera regione e annetterla alla Russia il 18 Marzo 2014. Come a Donetsk e a Luhansk, la rivoluzione in questi paesi venne ritenuta un vero e proprio colpo di Stato, che fornì il pretesto per rivendicare la propria indipendenza con l'appoggio del governo russo, interessato a esercitare il proprio controllo nei confronti dell'Ucraina. Le tensioni vennero attenuate nel 2015 in seguito alla stipulazione tra Russia e Ucraina degli accordi di Minsk, firmati da Kiev in un momento di estrema debolezza politica e militare, che prevedevano il reintegro del Donbass a condizioni che avrebbero permesso ai russi di esercitare anche in un clima di

cessate il fuoco (che effettivamente non si verificò mai perchè i bombardamenti non vennero mai cessati) una forte influenza politica nei confronti di questi territori.

In concomitanza a questi eventi, la NATO andava rafforzandosi integrando sempre più Stati dell'Europa orientale, favorevoli a questa affiliazione per due ragioni fondamentali, riguardanti da un lato l'idea di poter entrare a far parte dell'Unione Europea in un futuro prossimo e dall'altro di poter essere "tutelati" nel caso in cui potesse verificarsi una volontà di riappropriazione da parte della Russia di questi Stati un tempo appartenenti all'Unione Sovietica. Le prospettive di un avvicinamento dell'Ucraina alla NATO ha sempre costituito un motivo di preoccupazione e dissenso da parte di Putin, sfavorevole al dispiegamento di forze militari e di sistemi di difesa proprio al confine con la Russia, che ha portato nel corso degli ultimi anni a una mobilitazione massiccia di soldati russi proprio verso questo confine oltre che a quello tra Polonia, Estonia, Lettonia e Lituania, già appartenenti al Patto Atlantico. A generare ulteriori tensioni l'elezione del presidente ucraino Volodimir Zelensky nel 2019, di posizione apertamente filo europea e deciso a riappropriarsi dei territori del Donbass indipendentemente dagli accordi presi a Minsk e di far anettere il proprio Stato nell'Unione prendendo sempre più le distanze dal governo di Mosca. In un contesto simile, risulta evidente quindi come la guerra scatenatasi nel 2022 non sia l'inizio delle tensioni, ma una vera e propria "punta dell'iceberg" che purtroppo oggi costituisce una grave tragedia umanitaria [28].

## 5.2 La disinformazione russa

Dalla dichiarazione del presidente Putin relative alla guerra definita come "un'operazione militare" volta a ristabilire l'ordine e la liberazione dei territori oppressi dai "nazisti" ucraini, nei giorni successivi allo scoppio del conflitto è stata portata avanti da parte del Cremlino una massiccia opera di disinformazione e di smentita dei fatti che si stavano verificando. Non c'è mai stata infatti nessuna ammissione di colpa da parte delle autorità russe relative agli episodi tragici che sono stati compiuti dall'esercito nel corso dell'invasione dell'Ucraina e anzi, le narrazioni dei civili e dei giornalisti internazionali presenti sul campo sono sempre state smentite e dichiarate false in ragione di una cospirazione che accusa l'Occidente di mettere in cattiva luce la Russia.

Questa tattica di diffusione di falsa informazione prende il nome di *aktivnye meropriyatiya* (misure attive), termine che risale agli anni cinquanta e che descrive una serie di operazioni

segrete e negabili di influenza politica e sovversione nell'Unione Sovietica, che includevano anche la diffusione di disinformazione[28].

Lo scopo principale di queste tattiche non era tanto il persuadere la popolazione in merito ai fatti accaduti, quanto diffondere una narrazione distorta rispetto alla versione fornita dai media al fine di creare confusione e rendere difficile distinguere la verità mettendo qualunque cosa in discussione.



**Immagine 1.** La famosa immagine della giornalista Maryna Ovsyannikova, intervenuta durante la diretta del 14 Marzo 2022 sull'emittente russa Channel 1 che si oppose pubblicamente all'invasione dell'Ucraina [29].

Nel contesto attuale infatti il Cremlino ha condotto una politica che ha soffocato qualunque tipo di media indipendente russo tramite una legge introdotta poco dopo l'invasione dell'Ucraina che vietava di raccontarne i fatti dipingendola come una guerra, pena la carcerazione, provocando una reazione a catena di dimissioni e di chiusura di molte testate incapaci di portare avanti il proprio lavoro. L'alternativa offerta è un'informazione di regime, in cui i media ancora attivi diffondono le notizie in accordo con quanto stabilito dal governo [29].

### 5.3 Il caso di Bucha

Tra gli eventi drammatici che hanno scandito questo conflitto, uno dei casi più emblematici relativi alla diffusione di false dichiarazioni sulle operazioni militari in Ucraina compiute dalla Russia, figura l'occupazione da parte dell'esercito russo della cittadina di Bucha, situata nella parte settentrionale del paese a pochi chilometri di distanza dalla capitale Kiev.

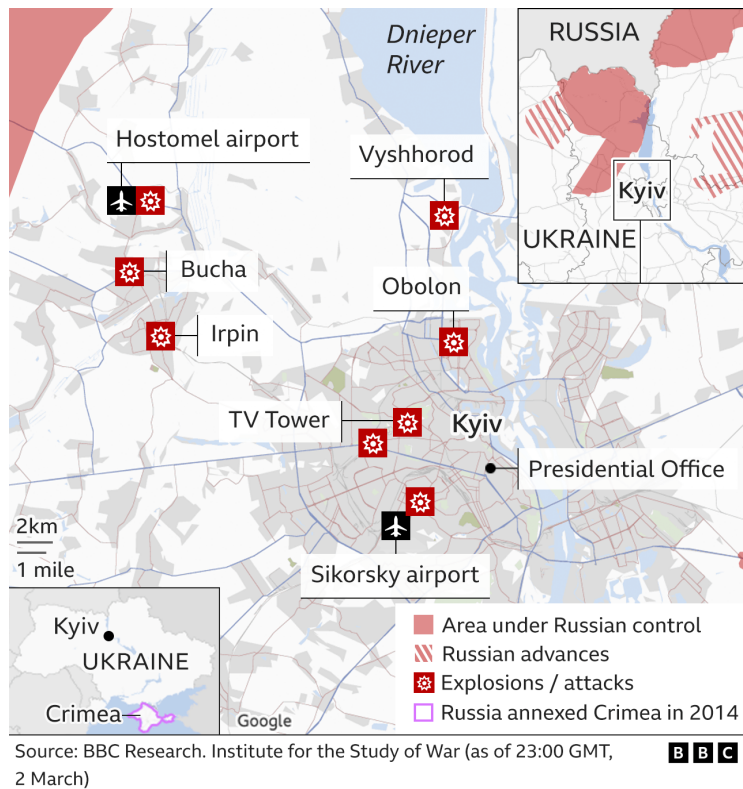
La città è stata portata all'attenzione dei media a causa del ritrovamento a pochi giorni di distanza dall'abbandono delle forze russe di molti civili uccisi da ciò che sembra essere stata un'esecuzione sommaria da parte dell'esercito russo. Le accuse sono partite da un video caricato in rete il 1 aprile 2022 girato dall'esercito ucraino rientrato in città che mostra le devastazioni compiute dall'occupazione e i corpi riversati a terra, con le mani legate dietro la schiena. Gli avvenimenti di Bucha attualmente sono oggetto di indagini da parte della Corte Penale Internazionale secondo l'accusa di crimini contro l'umanità. Le autorità russe hanno negato qualunque coinvolgimento e anzi, hanno reputato responsabili le stesse forze militari ucraine, contestando le ricostruzioni dei fatti e dichiarando il video che testimonia la situazione come un falso.

In merito a queste vicende numerosi siti d'informazione si sono dedicati all'opera di debunking della versione fornita dal Cremlino, comparsa anche nei principali siti d'informazione e diffusa nei social network.

In seguito, a esemplificazione di come avviene il processo di verifica di una notizia online, verrà riportata la ricostruzione delle vicende relative al video di Bucha che smentisce le dichiarazioni russe.

### 5.3.1 Ricostruire la linea temporale dei fatti

Stando alle ricostruzioni, le forze speciali russe entrarono nella città il 25 febbraio, si suppone che in questi primi giorni si siano verificati i primi attacchi ai cittadini della città, dimostrabili dai fori di proiettile in molte auto civili e delle prove dei bombardamenti degli elicotteri con missili non guidati. In seguito, le forze russe hanno cercato di fare breccia per arrivare alla vicina città di Irpin, raggiungendola i primi giorni di marzo senza avere tuttavia il pieno controllo di Bucha.



**Immagine 2:** Mappa che illustra i principali scontri verificatisi nell'area di Bucha, non lontano da Kiev (BBC Research, Institute for the Study of War).

Il 5 marzo i russi hanno raggiunto Vorzel, un piccolo villaggio confinante con Bucha tramite il quartiere di Stekolka. In questa posizione hanno stabilito il quartier generale, vicino a via Yablonska, la strada più vicina al fiume Bucha.

Dalla seconda metà di Marzo, i combattimenti si sono spostati verso Kiev, fatta eccezione per Irpin, dove hanno proseguito ancora. Bucha è diventato un punto strategico per i russi, utilizzata come base per approvvigionamenti dei militari che transitavano in direzione degli scontri. Nel frattempo i civili cominciarono a fuggire dalla città con moltissime difficoltà a causa del mancato rispetto dei corridoi umanitari che dovevano garantire l'evacuazione. Particolarmente, via Yablonska venne blindata e i residenti furono costretti a restare all'interno di cantine e seminterrati. Risulta difficile risalire con certezza alla data in cui i corpi dei civili vennero ritrovati in strada, tuttavia si stima che le esecuzioni avvennero in un periodo compreso tra il 10 e il 31 Marzo, stando alle ricostruzioni dei residenti ancora in città. Compiono inoltre le registrazioni che immortalano i primi interrogatori e le esecuzioni dei civili da parte delle forze militari, come un [video datato il 25 Marzo](#) ripreso da un telefono cellulare.

Da allora infatti è stata condotta un'opera di rastrellamento ai danni degli abitanti della città per individuare qualunque ex soldato del conflitto nel Donbass o di presunti sabotatori e combattenti, causando ulteriori vittime.

Il 30 marzo viene stimata come la data di abbandono della città da parte delle forze russe.

### 5.3.2 Analisi dei filmati

Il 31 marzo le forze militari ucraine entrano nella città, non documentando ancora le vittime civili. La zona infatti stando alla versione fornita dai soldati ucraini era ancora oggetto di combattimenti e rappresaglie, pertanto risultava praticamente impossibile per i soldati riportare le immagini relative ai massacri dei civili. I video vennero pubblicati in rete a partire dal 1 aprile, tuttavia vennero acquisiti dai media un giorno dopo, diventando virali tra il 2 e il 3 Aprile. Questa discrepanza venne utilizzata da parte dei russi come motivo per rendere infondate le accuse nei confronti delle proprie forze armate, che identificavano come responsabili delle atrocità un battaglione capitanato da Serhii Korotkykh, membro del battaglione di estrema destra Azov in supporto agli ucraini. I media russi diffusero la versione secondo cui l'uomo insieme alla propria squadra entrò a Bucha dopo che l'esercito russo se ne era già andato, compiendo così la strage di civili. Si tratta di una dichiarazione falsa, smentita da un video girato da uno dei membri del battaglione di Korotkykh che conferma la presenza a Bucha, ma smentisce la data di ingresso nella città. Sono stati condivisi infatti i metadati del video, che fanno corrispondere la registrazione al 2 aprile, data in cui già i primi giornalisti e forze dell'ordine avevano fatto il loro ingresso in città documentando la situazione.

Le prime registrazioni delle vittime per strada, tuttavia, risalgono al 1 aprile.



**Immagine 3.** Fotogrammi dei video delle vittime in strada girati rispettivamente il 1 aprile (sopra) e 2 aprile (sotto) (Bellingcat).

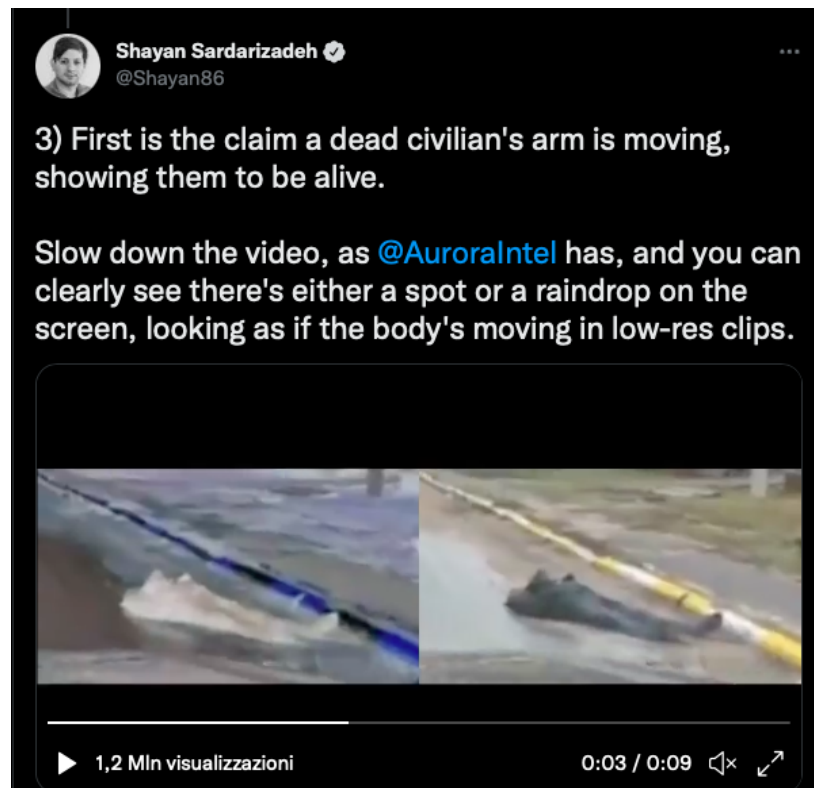
Smentite le dichiarazioni relative alla datazione del ritrovamento dei corpi, il governo russo per mezzo dei media cercò di contestare ancora una volta le accuse, concentrandosi questa volta sulla veridicità dei filmati diffusi dalle forze ucraine nel corso delle ispezioni in città.

Particolarmente, il 3 aprile il ministro della difesa e il ministro degli affari esteri russi [dichiararono tramite un post su telegram](#) che nelle sequenze di un video si poteva distinguere chiaramente che uno dei presunti cadaveri in strada aveva alzato una mano, mentre un altro invece era stato immortalato mentre cercava di sedersi.

Le dichiarazioni vennero smentite da parte dei principali media mondiali, la BBC ad esempio tramite Twitter pubblicò le sequenze imputate come false da parte del governo russo e ne confermò la veridicità, provando che:

- Nel caso del movimento della mano del presunto cadavere fece notare che in realtà questo movimento si trattava di un'illusione ottica causata da una goccia d'acqua

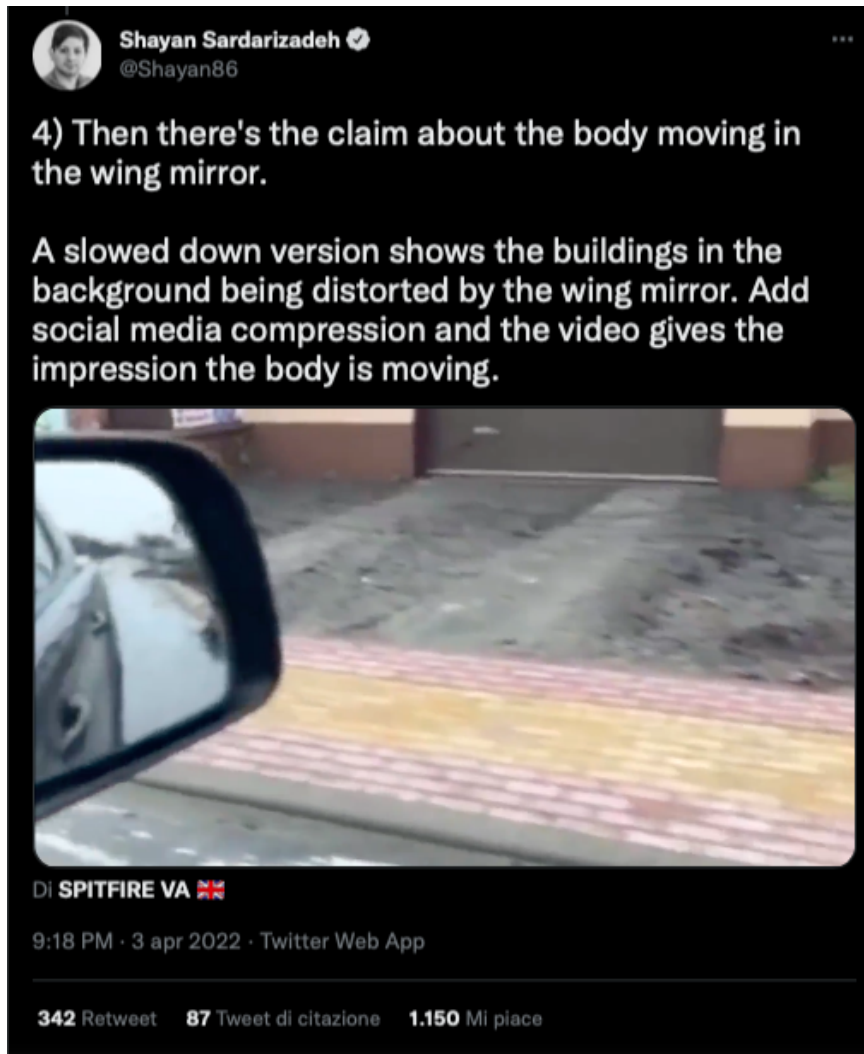
presente sul parabrezza del veicolo su cui veniva registrato il video e che sovrapponendosi al cadavere lo fece sembrare in movimento.



**Immagine 4.** L'analisi della sequenza incriminata nell'account Twitter del giornalista della BBC Shayan Sardarizadeh (Twitter).

- Per quanto riguarda il presunto uomo visto sedersi invece, l'effetto è frutto della distorsione dell'immagine riflessa nello specchietto retrovisore del veicolo, che proseguendo ha generato un effetto di movimento dell'immagine dell'uomo facendolo risultare vivo.





**Immagine 5:** Fotogrammi che rappresentano l'effetto di distorsione provocato dallo specchio retrovisore del veicolo (Twitter).

In aggiunta a queste prove, vennero inoltre confermate le posizioni dei corpi immortalati nei diversi video girati a Bucha, che dimostrarono la presenza dei cadaveri già il 1 Aprile. Sulla base di queste constatazioni, sembra che la versione fornita da parte della Russia non corrisponda alla verità, tuttavia, trattandosi di un caso molto recente, è difficile fornire esattamente la versione dei fatti. [20] [29].

L'attenzione che ha contraddistinto l'analisi di questo evento e dell'intero processo di debunking è un fenomeno molto interessante per quanto riguarda l'informazione. La verifica dei fatti fa parte della professione giornalistica, tuttavia difficilmente questi metodi incontrano l'attenzione di un vasto pubblico di lettori e vengono condivisi in modo così

approfondito e puntuale anche nei giornali che non si occupano specificatamente di giornalismo investigativo. Si tratta infatti di una volontà da un lato da parte dei giornalisti che esercitano la propria professione e dall'altro dai lettori di notizie di voler disporre di un contenuto che sia verificato e affidabile. La guerra, per ovvie ragioni, ha contribuito a una manifestazione ancora più insistente di questa necessità, portando anche come esempio la situazione della Russia, sprofondata nel giro di pochi mesi in un sistema isolato economicamente e socialmente rispetto al resto del mondo in cui la libertà di stampa ed espressione è ormai irrimediabilmente compromessa.



**Immagine 6:** Confronto dei filmati registrati a due giorni di distanza tra il 1 e il 3 aprile che evidenziano la corrispondenza nelle posizioni dei cadaveri (Twitter).

## Conclusioni

Dopo aver analizzato grazie all'approfondimento di alcuni aspetti riguardanti il fenomeno delle fake news possiamo arrivare ora alle considerazioni finali di questo elaborato. Prima di tutto, una delle problematiche che riguarda proprio la falsa informazione risiede nell'eccessiva generalizzazione con cui questo termine viene utilizzato per descrivere qualunque episodio di bufala o dichiarazione sbagliata in cui è possibile incappare nei giornali, alla radio o in televisione. Come approfondito nel capitolo due, se utilizziamo il termine fake news dobbiamo essere consapevoli del fatto che ci stiamo riferendo a un'ampia rosa di categorie, che variano in relazione al modo in cui si manifestano, al contesto in cui sono inserite e alle motivazioni da cui provengono (siano esse intenzionali o meno). Identificare l'origine in considerazione anche della loro storia è molto interessante, perché è proprio dalla storia e dall'evoluzione che i sistemi di informazione hanno subito che il modo in cui produrre falsa informazione ha modificato le proprie logiche di funzionamento. Se pensiamo infatti all'innovazione di Internet, ci si può accorgere del grande passo in avanti che ha fatto compiere alle modalità e alle possibilità con cui la comunicazione può avvenire, rendendo possibile l'aggregazione di un grande numero di individui uniti da un interesse comune, sia essa una passione o la volontà di voler vedere esercitare un proprio diritto.

Prospettive positive, che purtroppo però difficilmente incontrano le condizioni adatte per svilupparsi in modo efficace. Negli esempi ripercorsi infatti, emerge un quadro particolarmente scoraggiante relativo alla transizione digitale del sistema informativo, con basse percentuali relative da una parte all'affidabilità dei mezzi di informazione e dall'altra dal modo in cui gli utenti di internet valutano l'importanza del consumo di notizie. Dalla crisi del giornalismo infatti per la maggior parte delle persone informarsi (bene) non rientra più tra le priorità del proprio quotidiano e non giustifica tanto meno l'impegno economico per supportare chi svolge questo mestiere. Un clima di disinteresse e di sfiducia nei confronti dei media che, pur avendo registrato un lieve miglioramento durante la pandemia degli ultimi anni oggi incontra nuove difficoltà, dovute in parte al conflitto in Ucraina e all'abbondare di news tragiche che portano molte persone a evitare volutamente qualunque tipo di informazione, ma soprattutto di un rilancio del settore che ancora fatica a concretizzarsi efficacemente. Esempi incoraggianti sicuramente non mancano e anzi, sono il punto di partenza per ristabilire anche in un nuovo contesto tecnologico e sociale il valore di un'informazione attendibile e verificata.

Si tratta di un nuovo modo di fare giornalismo, che come è stato analizzato integra le tecniche e le metodologie del processo di produzione delle notizie tradizionale, applicato meticolosamente e implementato da nuovi strumenti, quelli tecnologici, concepiti per districarsi all'interno della mole di informazione e soprattutto di disinformazione prodotta all'interno della rete ogni giorno. Oltre agli strumenti, è importante ripensare anche le tempistiche dell'informazione stessa. Verificare, accertarsi riguardo alla credibilità delle fonti e dei fatti che raccontano richiede del tempo e si tratta di una prerogativa fondamentale per un prodotto di qualità. Le logiche di funzionamento di Internet hanno totalmente modificato queste tempistiche, abituando le persone a un sistema in cui le informazioni vanno veloci e se non vengono rincorse, portano le testate ad essere anticipate da altri concorrenti che si conquisteranno tutta l'attenzione dei lettori e, conseguentemente, dei guadagni portati da essi (si fa riferimento alla logica di guadagno dell'advertising). La soluzione a questo sistema, che ha come sintomo un ulteriore peggioramento della qualità dell'informazione sembra essere rappresentata per ora da alcune testate che hanno compreso questa logica e hanno deciso di sottrarsene. Si tratta del fenomeno dello *slow journalism*, di un giornalismo che si prende i propri tempi e costituisce intorno a sé una comunità di lettori che prediligono la completezza dell'informazione, lontano dalla stampa *mainstream*. Riportando la definizione di [Slow News](#):

“è una risposta alla crisi del giornalismo tradizionale. È un recupero del giornalismo come servizio alle persone. È un riconoscimento del prodotto giornalistico come contenuto relazionale, secondo un principio che riteniamo molto importante “vendiamo relazioni”, non contenuti. Questo significa che fare *slow journalism* è, prima di tutto, un modo per recuperare le buone pratiche del giornalismo. Poi un modo per adattare al mondo digitale. Infine, un modo per innovare il giornalismo”[31].

Un nuovo sistema che valorizza il rapporto col lettore che quindi è un soggetto fondamentale nel processo di rinnovamento del giornalismo, basato sul rapporto di interscambio in cui la fiducia nei confronti dell'organo di informazione viene ritrovata e si consolida attraverso il sostegno di questi progetti.

Designare con certezza queste innovazioni come il sistema che porterà al risollevarlo di questa crisi tuttavia sarebbe un'affermazione impropria. Come è stato evidenziato, si tratta di progetti interessanti ma che ancora oggi stanno prendendo piede e non sono consolidati a tal punto da poter essere designati come la vera soluzione. Rispondere a questa domanda infatti comprenderebbe la considerazione di una visione molto più ampia della realtà dei media e del

rapporto con la società. Ciò che risulta sicuramente importante e che motiva questa tesi piuttosto è la volontà di rappresentare questi temi per diffondere magari una maggiore consapevolezza sull'importanza di sviluppare senso critico nella nostra esposizione quotidiana alle notizie, per non farsi ingannare troppo facilmente da una notizia falsa e, auspicabilmente, di comprendere il vero valore di un'informazione di qualità.

## Sitografia e bibliografia

1. <https://www.treccani.it/enciclopedia/fake-news>
2. <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news> , 2017.
3. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>
4. <https://scriptamanentitalia.it/la-donazione-di-costantino-il-falso-che-arricchi-la-chiesa-medievale/>
5. <https://encyclopedia.ushmm.org/content/it/article/protocols-of-the-elders-of-zion>
6. <https://www.wired.it/play/cultura/2017/09/01/fake-news-orson-welles/>
7. <https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2013/10/30/241797346/75-years-ago-war-of-the-worlds-started-a-panic-or-did-it?t=1654709137121>
8. Sociologia dei new media, Renato Stella, Cosimo Marco Scarcelli, Claudio Riva, Michele Drusian, UTET Università; 2° edizione (8 agosto 2018)
9. <https://trends.google.it/trends/explore?date=today%205-y&q=Fake%20news>
10. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305119865466>
11. [https://www.researchgate.net/publication/334995535\\_Donald\\_Trump\\_Is\\_My\\_President\\_The\\_Internet\\_Research\\_Agency\\_Propaganda\\_Machine](https://www.researchgate.net/publication/334995535_Donald_Trump_Is_My_President_The_Internet_Research_Agency_Propaganda_Machine)
12. [https://gaming.hwupgrade.it/news/videogames/guerra-in-ucraina-alcuni-tra-i-video-piu-popolari-provengono-da-videogiochi\\_105146.html](https://gaming.hwupgrade.it/news/videogames/guerra-in-ucraina-alcuni-tra-i-video-piu-popolari-provengono-da-videogiochi_105146.html)
13. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth>
14. <https://global.nielsen.com/it/>
15. [https://www.treccani.it/vocabolario/infodemia\\_\(Neologismi\)](https://www.treccani.it/vocabolario/infodemia_(Neologismi))
16. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>
17. <https://www.seattletimes.com/opinion/study-private-equity-firms-buying-newspapers-cut-local-news/>
18. [https://account.yougov.com/it-it/join/main?sourceid=2258588&rliid=yougov&gclid=EAIaIQobChMI\\_rv4h-68-AIVGJ3VCh1plQCREAAYASAAEgI8-vD\\_BwE](https://account.yougov.com/it-it/join/main?sourceid=2258588&rliid=yougov&gclid=EAIaIQobChMI_rv4h-68-AIVGJ3VCh1plQCREAAYASAAEgI8-vD_BwE)
19. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital\\_News\\_Report\\_2021\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf)
20. <https://www.bellingcat.com/news/2022/04/04/russias-bucha-facts-versus-the-evidence/>
21. The Post Internazionale, Anno II/ Numero 17, “Era la stampa, bellezza!”
22. <https://www.ilpost.it/2022/05/06/conti-post-2021/>
23. <https://www.ilpost.it/2022/06/22/chora-media-comprato-will/>

24. <https://datajournalism.com/read/handbook/verification-1/additional-materials/verification-and-fact-checking>
25. <http://verificationhandbook.com>
26. <https://medium.com/dfrlab/botspot-twelve-ways-to-spot-a-bot-aedc7d9c110c>
27. <https://s3.eu-central-1.amazonaws.com/datajournalismcom/handbooks/Verification-Handbook-3.pdf>
28. <https://www.valigiablu.it/russia-ucraina-usa-crisi/>
29. <https://www.valigiablu.it/ucraina-russia-disinformazione-guerra/>
30. <https://www.ilpost.it/2022/06/22/chora-media-comprato-will/>
31. <https://www.slow-news.com/slow-journalism-definizione-caratteristiche-2/>
32. <https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2013/10/30/241797346/75-years-ago-war-of-the-worlds-started-a-panic-or-did-it?t=1656462946192>