

Università degli Studi di Padova
Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e
Psicologia Applicata

Corso di Laurea in Comunicazione

**Polarizzazioni online: convincere la “zona grigia”
attraverso l’argomentazione**

Relatore:

Prof. Bruno Mastroianni

Laureanda:

Teresa Roveda

1234568

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

INDICE

1. L'era dell'Onlife	4
1.1 L'altro, sempre più vicino	6
1.2 La carica emotiva	8
1.3 Mondi su misura	10
1.4 Filter Bubbles ed Echo Chambers	12
1.5 Il fenomeno delle polarizzazioni	19
1.6 Maggioranza silenziosa, l'insorgere della zona grigia	22
2. Caso di studio: metodologia e limiti	25
2.1 Accademia della Crusca	26
2.2 "Siedi il bimbo" ed "Esci il cane"	29
3. Considerazioni	52
3.1 Irreversibilmente polarizzati	53
3.2 L'emergere della "zona grigia"	57
3.3 Strategia argomentativa dell'Accademia della Crusca	58
Conclusioni	62
Bibliografia	65

Introduzione

Ogni giorno la società, d'innanzi a qualsiasi questione presentata dal vivo o in rete, appare sempre più polarizzata, divisa irrimediabilmente in fazioni costantemente in contrasto fra loro. I dibattiti sull'attualità spingono gli individui a prendere rapidamente posizione nell'uno o nell'altro schieramento sostenendone idee e principi. La crescente aggressività degli appartenenti ad una fazione verso quella opposta fanno presagire il peggio: un mondo immerso in un litigio continuo che porta le persone ad allontanarsi le une dalle altre e a isolarsi all'interno dei propri piccoli mondi.

Eppure all'interno di questo panorama polarizzato non tutti hanno ancora preso una posizione. Esiste, infatti, una moltitudine silenziosa che osserva le discussioni che avvengono online, confermando o mutando le proprie idee sulla base delle interazioni a cui assiste. Fa parte di questo gruppo anche un sottoinsieme che, con un po' più di intraprendenza, esprime la propria opinione, gettandosi in conversazioni per lo più dominate da polarizzati, cercando di chiarire dubbi e incertezze attraverso l'avvicinamento a prospettive diverse dalla propria. Questo gruppo risulta essere quindi il più aperto e disponibile al confronto poiché interessato ad affinare il proprio punto di vista mediante il dialogo con l'altro. È quella che si potrebbe definire una "zona grigia" di utenti ancora disposti a discutere.

È possibile, attraverso l'argomentazione risultare convincenti agli occhi di questa "zona grigia" per promuovere un confronto costruttivo fra individui? Proprio attorno a questa domanda ruoterà l'analisi riportata in questo elaborato, con

l'obiettivo di capire quanto importante sia l'utilizzo consapevole delle argomentazioni in un dibattito online.

Nel primo capitolo verrà posto sotto la lente d'ingrandimento il fenomeno delle polarizzazioni al fine di comprenderne le dinamiche e i meccanismi. L'analisi partirà dai fattori che ne influenzano la comparsa tra cui la nascita di un nuovo ambiente: l'onlife, dove si sviluppa la vita delle persone nell'era digitale. Verranno presi in considerazione gli effetti della costante connessione degli individui alla rete e le conseguenze dell'incontro amplificato con le diversità dell'altro. Si passerà poi a considerare gli elementi più tecnici, con l'influenza trasmessa dai dispositivi attraverso cui gli utenti si collegano alla rete. Nello specifico si porrà l'attenzione sul traffico di dati e sulla personalizzazione dei profili social, indagando la relazione con il crearsi di "filter bubbles" e di "echo chambers", ostacolo concreto alla visualizzazione di contenuti e informazioni eterogenee. Una volta compresi i fattori che influenzano l'insorgenza delle polarizzazioni, il fenomeno verrà analizzato in maniera più dettagliata. Successivamente si porrà l'attenzione sulla maggioranza silenziosa e sull'emergere della "zona grigia", definendone il ruolo e le caratteristiche.

Nel secondo capitolo si passerà all'osservazione di un caso concreto: il dibattito mediatico sorto a seguito delle dichiarazioni pubblicate dall'Accademia della Crusca sulle formulazioni "esci il cane" e "scendi il bimbo", espressioni di cui l'istituzione concedeva l'utilizzo in un contesto regionale e popolare. I tweet verranno analizzati per fornire una rappresentazione chiara dello schieramento dell'opinione pubblica rispetto a una determinata questione. Si osserverà come siano emersi all'inizio i commenti degli utenti polarizzati e, successivamente, si sono state osservate dinamiche più articolate nelle interazioni fra gli individui. In ultima istanza si ricercheranno i commenti degli utenti appartenenti alla "zona grigia" e, se ne analizzeranno le peculiarità.

Nel terzo capitolo si ripercorrerà l'analisi cercando di fornire alcune spiegazioni più approfondite per quanto riguarda il linguaggio e le espressioni utilizzate nei commenti. Verranno quindi analizzati nuovamente i tweet evidenziando le tecniche argomentative di cui gli utenti si sono serviti nei loro

commenti per sostenere la discussione. In un secondo momento verranno poi presi in considerazione gli effetti e le conseguenze apportati da quest'ultime nell'interazione con gli altri individui. Per concludere verranno studiate le risposte date dall'Accademia con l'obiettivo di identificare un pattern ricorrente che possa evidenziare la strategia messa in campo dall'istituzione. In conclusione, verranno uniti i dati ottenuti per dimostrare i vantaggi derivanti dall'utilizzo di buone tecniche di argomentazione all'interno di una discussione e l'effettiva efficacia degli stessi soprattutto sulla "zona grigia" di utenti più propensi a un reale confronto.

Capitolo 1

L'era dell'Onlife

Ogni giorno chiunque può sperimentare sulla propria pelle il frutto dell'evoluzione tecnologica e digitale che, lentamente e impercettibilmente, trasforma e plasma la sua vita, immergendola in una nuova dimensione. La vita di ognuno di noi non ha più luogo solamente offline, nella realtà e concretezza delle diverse azioni e relazioni, ma si estende e si confonde con la continua presenza online. Il semplice scrivere al computer ne è un esempio: le mani corrono sulla tastiera digitando lettere e spazi, dando corpo al testo e voce alle idee. Quest'azione, senza che lo si possa veramente percepire, si compie analogicamente nella fisicità dei gesti e dei movimenti, sfruttando però, nel contempo, un mezzo tecnologico appartenente alla sfera digitale.

Mentre si scrive, seduti alla scrivania del proprio studio, distrattamente si parla e si interagisce con le persone che passano fisicamente attraverso la stanza. Nello stesso istante, nel medesimo schermo, appaiono delle notifiche di messaggi provenienti dalle chat rimaste aperte su WhatsApp. Oltre alle azioni, dunque, anche le relazioni reali si mischiano e si intrecciano a quelle che vengono strette e coltivate virtualmente. Accade così che non si è più solamente presenti nel luogo fisico dove ci si trova in carne ed ossa, ma si è "tele-presenti" anche all'interno di tutti i contesti virtuali che vengono presidiati tramite un profilo social¹. In un gesto così semplice e scontato come lo scrivere al computer o sullo

¹ Floridi Luciano, *Pensare l'infosfera: la filosofia come design concettuale*. Milano: Raffaello Cortina, 2020. Capitolo: *Il metodo di astrazione e la presenza nello spazio: il caso della telepresenza*.

smartphone si può intravedere, se lo si osserva attentamente, la costante fusione e interazione fra online e offline.

La continua connessione all'innovativo universo della rete, emerso grazie alla diffusione di internet, permette ai diversi utenti di entrare in relazione fra loro. Senza essere fisicamente prossimi essi possono infatti comunicare con persone molto distanti da loro, che a volte nemmeno conoscono, servendosi solamente di un dispositivo tecnologico dotato di una connessione ad internet. La maggior parte della popolazione, oggi, ne possiede almeno uno ed è quindi capace di collegarsi alla rete, scambiando informazioni e condividendo idee ed opinioni con gli altri utenti.

L'evoluzione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, ovvero di tutti quei metodi e quelle tecniche utilizzati nella trasmissione, ricezione ed elaborazione di dati e informazioni, assieme alla consistente diffusione dei mezzi tecnologici necessari per la connessione al web, hanno però rapidamente cancellato i confini fra il mondo offline e quello online. Tutti sono approdati in un nuovo continente che Luciano Floridi ha definito "Onlife"². La nuova condizione umana nell'era del digitale è un'esistenza ibrida nella quale reale e virtuale si fondono e confondono abbattendo la netta barriera che li separava³.

Lo studioso paragona la società attuale a quella delle mangrovie: formazioni vegetali costituite da piante prevalentemente legnose, esse vivono in un clima dove l'acqua del fiume incontra e si meschia al mare. Se qualcuno dovesse interrogarsi sulla natura di quell'acqua faticherebbe a dare una risposta. L'acqua nella quale crescono queste piante, infatti, non è né dolce né salata, ma è semplicemente salmastra⁴. Non ha più senso quindi domandarsi se si è online oppure offline perché ognuno di noi vive contemporaneamente nell'una e nell'altra dimensione. Senza che vi sia una dicotomia fra i due contesti gran parte

² Il termine *onlife* è stato coniato da Luciano Floridi per rappresentare l'esperienza che l'uomo vive nelle società iperstoriche dove "non distingue più tra online e offline e addirittura dove non è più ragionevole chiedersi se si è online o offline"; Cfr. Floridi Luciano, *The Online Manifesto, Being a human in a Hyperconnected Era*. Cham: Springer Cham, 2015.

³ Floridi Luciano, *The Online Manifesto*, op. cit.

⁴ Floridi Luciano, *Soft Ethics and the Governance of the Digital*, in *Philosophy & Technology* 31, 2018, pp. 1-8, in <https://doi.org/10.1007/s13347-018-0303-9>.

delle azioni che si compiono quotidianamente sono ormai divenute un ibrido tra analogico e digitale.

L'“Onlife” è il luogo dove si vive in questo momento, ma soprattutto il terreno su cui si costruirà il futuro. Per sopravvivere in questo nuovo ambiente digitalizzato è necessario imparare a conoscere e comprendere tutti i meccanismi e le dinamiche che lo governano. Solo acquisendo le competenze necessarie a dominarlo si potrà impedire che le nuove tecnologie orientino ed influenzino scelte di ciascuno, sfruttando al massimo tutte le potenzialità che esso offre⁵.

1.1 L'altro, sempre più vicino

La necessità di imparare ad abitare l'Onlife e di padroneggiare ciò che distingue questo nuovo ambiente però non è l'unica conseguenza apportata dalla rivoluzione tecnologica dell'era digitale al mondo moderno. La costante connessione ad internet ha avvicinato i diversi utenti mettendone in relazione i rispettivi mondi, ovvero quella sfera di valori, credenze e opinioni che essi possiedono e che da forma alla loro identità, amplificando le diversità dell'altro. Convinzioni, idee e principi, che prima essi percepivano lontani poiché gli si presentavano solamente in determinate situazioni in maniera mediata e definita nello spazio e nel tempo, per esempio durante un viaggio o mentre guardavano la tv, oggi sono entrati prepotentemente e, in maniera continuativa, all'interno delle loro vite⁶. In rete la diversità che travolge gli individui è amplificata non solo dalla quantità di persone con cui vengono messi in relazione, ma anche dalla differenza interculturale che li distingue, oramai non più attribuibile solamente alla dislocazione territoriale⁷. Si è soliti pensare che le differenze ideologiche nascano principalmente dalla distanza fisica che separa le persone dai loro interlocutori,

⁵ *Onlife, la nostra vita tra online e offline*, Pictet, novembre 2019, in <https://am.pictet/it/blog/articoli/tecnologia-e-innovazione/onlife-la-nostra-vita-tra-online-e-offline>, visitato il 20 agosto 2022.

⁶ Mastroianni Bruno, *La Disputa Felice. Dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico*. Firenze: Cesati, 2017. Capitolo: *Incontri dell'altro mondo*.

⁷ Giaccardi Chiara, *La comunicazione interculturale nell'era digitale*. Bologna: Il Mulino, 2012. Capitolo: *Non si può non comunicare*.

esse vengono proiettate in luoghi sconosciuti dove si presentano stili di vita e abitudini culturali divergenti dai loro e, per questo, più difficili da comprendere.

Oggi però è ancora più semplice constatare come le persone che si credevano più vicine, non solo fisicamente ma anche ideologicamente, possano in realtà non condividere valori e credenze che personalmente davano per scontati. Quante volte, proprio grazie alla rete, scrollando la timeline di Facebook, si viene raggiunti da commenti e condivisioni di link o articoli che, per tematiche, modalità di espressione o argomenti, non si pensava potessero essere pubblicati da un vecchio amico del liceo? Questa è una chiara dimostrazione di quanto, anche se fisicamente ed emozionalmente prossimi a qualcuno, si possono egualmente avere idee ed opinioni molto divergenti.

Marshall R. Singer, specialista in analisi politica internazionale e comunicazione interculturale, sosteneva che sono proprio le caratteristiche personali, quelle che compongono e differenziano l'identità dell'uno da quella degli altri, a far sì che ognuno abbia una visione differente del mondo. Per quanto la condivisione di un contesto culturale faciliti la comprensione reciproca, ci sarà sempre un ostacolo dato dalle diverse prospettive di ciascuno⁸. Il diverso, quindi, non è più altrove, grazie all'incessante connessione è sempre più vicino, bussando alle porte dei mondi degli individui, suona insistentemente il loro campanello, pretende di entrare ed essere ascoltato. L'incontro con la diversità dell'altro non è più un evento singolare, al contrario è diventato un aspetto ordinario della realtà.

La *diversità aumentata*⁹, ovvero il continuo scontro con le differenze degli altri, molto più vicine e amplificate nell'Onlife di quanto non lo fossero nella realtà fisica, tende a spaventare. Invece di spingere gli individui ad avvicinarsi all'estraneo e accettare il suo punto di vista, andando a rifinire ed orientare meglio il loro, li porta istintivamente ad allontanarsi e mettersi sulla difensiva¹⁰.

⁸ Singer Marshall, *Intercultural Communication: a perceptual approach*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1987.

⁹ Termine utilizzato da Bruno Mastroianni in *Litigando si Impara. Disinnescare l'odio online con la disputa felice*. Firenze: Cesati, 2020. Capitolo: *La diversità aumentata*.

¹⁰ Mastroianni Bruno, *La Disputa Felice*, op. cit. Capitolo: *Incontri dell'altro mondo*.

Raramente si è aperti ad accogliere le opinioni degli altri quando queste divergono dalle proprie, per paura che esse mettano in crisi il proprio mondo e, scuotendo tutte le piccole idee con cui minuziosamente era stato arredato, costringano i rispettivi proprietari a fermarsi per riordinare i loro valori e rivedere le proprie posizioni.

Il confronto con l'altro non mette in discussione solo i mondi dei due interlocutori, rischiando di farli implodere e costringendoli a ricostruirli, ma nella disputa entrambi vengono coinvolti personalmente, con la loro identità. Mettersi in discussione fa paura perché per farlo è necessario lasciare da parte sé stessi, guardare al di fuori dei propri limiti ed accettare che le proprie posizioni e certezze potrebbero essere messe alla prova da quelle dell'altro. Per questo quando si viene travolti dalla diversità di chi si ha di fronte si tende a tracciare e rimarcare i confini del proprio mondo chiudendosi in sé stessi, cercando di allontanare il più possibile ogni minaccia per impedire ad ogni estraneo di insinuarsi nelle pieghe del proprio universo. Delimitandosi solamente in ciò che si è, però, si perde una grandissima occasione, ovvero quella di poter orientare e mantenere dritta la traiettoria delle proprie idee. Solo conoscendo e prendendo in considerazione diverse prospettive oltre alla propria si potrà essere certi di prendere scelte e decisioni consapevoli¹¹.

1.2 La carica emotiva

L'incontro con le diversità dell'altro non è l'unico ostacolo che si deve superare online, a questo si aggiunge anche il sovraccarico informativo: l'immensa quantità di contenuti e informazioni con cui si viene quotidianamente bombardati e all'interno del quale si fatica ad orientarsi. La democratizzazione digitale ha rivoluzionato il principio di unidirezionalità del messaggio, tipico dei mezzi di comunicazione di massa, in cui la trasmissione delle informazioni avveniva in un flusso verticale che procedeva dall'alto verso il basso ad opera di oligarchie dominanti.

¹¹ Mastroianni Bruno, *Litigando si Impara*, op. cit. Capitolo: *Il litigio è un errore*.

Con i social network chiunque – non più solamente autorità, giornalisti ed esperti – ha la possibilità di condividere idee ed opinioni immettendole in una corrente continua e orizzontale dove tutti gli attori che partecipano al processo comunicativo sono posti allo stesso livello¹². Si è passati quindi dalla comunicazione di massa, a quella che Manuel Castells definisce come *autocomunicazione di massa*: una nuova modalità di trasmissione in cui tutti gli utenti muniti di una connessione a internet sono artefici degli interventi e dei contenuti che diffondono in rete al loro pubblico di destinatari¹³.

In un contesto in cui qualsiasi persona può esprimere liberamente i suoi pensieri riguardo a differenti questioni, la carica emotiva che accompagna tutte le informazioni alle quali si viene esposti si amplifica. I contenuti che appaiono negli schermi di ciascuno, infatti, non sono solamente quantitativamente rilevanti ma sono anche carichi di emozioni e impressioni di chi, nel comunicare, argomentare o dissociarsi da qualcosa, cerca in tutti i modi di difendere il suo mondo di credenze e valori.

Il sovraccarico non è dunque solamente informativo ma anche, e soprattutto, emotivo. Non è tanto l'informazione stessa a condizionare, ma tutte le emozioni che la circondano e il contesto entro il quale si viene raggiunti. Molte volte la pressione sociale che gli utenti percepiscono quando qualcuno esprime la sua posizione applicando dei filtri emotivi li spinge a commentare istintivamente sull'onda delle sensazioni suscitate dal flusso di interventi. Essi finiscono, spesso, sopraffatti da affermazioni colme di rabbia, indignazione, stupore, gioia o sconforto, per non prestare sufficiente attenzione all'argomento attorno a cui ruota la discussione.

La stretta connessione che li lega agli altri individui in rete aumenta la necessita di esprimere pensieri ed opinioni, spinti ad intervenire non tanto dalla paura di essere tagliati fuori dal flusso della conversazione (FOMO, Fear of Missing Out), bensì dalla preoccupazione di non poterne essere parte (FOMI,

¹² D'amore Marino, *Democratizzazione mediale, la comunicazione è uguale per tutti?*. Self publishing, 2013.

¹³ Castelles Manuel, *Comunicazione e potere*. Milano: Università Bocconi, 2009. Capitolo: *Autocomunicazione di massa*.

Fear of Missing In)¹⁴. L'irrefrenabile spinta a cui gli utenti sono sottoposti è dunque quella di intervenire nei dibattiti in tendenza per poter affermare la propria esistenza all'interno del gruppo di cui fanno parte.

Accade spesso infatti che, a causa della pressione sociale percepita e, mossi dalla propria inclinazione a prendere rapidamente una posizione, non si approfondisca realmente l'argomento esposto finendo per commentare con affermazioni, qualche volta, totalmente fuori luogo o inopportune.

Questa azione istintiva, dovuta per gran parte al carico emotivo delle informazioni da cui si viene raggiunti, porta gli individui a prendere una posizione che, seppur non in maniera totalmente razionale, di fatto li stringe e avvicina a chi la pensa in modo simile, allontanando ed escludendo chiunque altro abbia opinioni contrastanti¹⁵.

1.3 Mondi su misura

Questa dinamica, come si è visto, spinge gli utenti ad allontanarsi da ciò che non conoscono e percepiscono come diverso. Buona parte del processo di chiusura all'interno del loro mondo è influenzato dal funzionamento delle piattaforme attraverso cui stanno in rete. I grandi di internet come Google, Facebook e Twitter dalla loro nascita ad oggi hanno infatti studiato e perfezionato nuovi metodi capaci di avvicinare i loro servizi alle diverse esigenze dei consumatori.

La prima grande rivoluzione per quanto riguarda l'essere fruitori di informazioni avviene con lo sviluppo di sistemi di profilazione, impiegati al fine di personalizzare i contenuti che quotidianamente vengono proposti sui social. La chiave della personalizzazione sono i dati, il processo avviene grazie ad un'attenta osservazione degli interessi e delle preferenze manifestate dagli utenti

¹⁴ Pavolini Antonio, *Oltre il rumore. Perché non dobbiamo farci raccontare internet dai giornali e dalla Tv*. Milano: Ledizioni, 2019. Capitolo: *Le opinioni: la coda lunga dei punti di vista*.

¹⁵ Mastroianni Bruno, *Dibattiti online: oltre le contrapposizioni* in Tridente Giovanni – Mastroianni Bruno (a cura di), *La Missione digitale*. Roma: Edusc, 2016.

nell'utilizzo delle piattaforme¹⁶. Durante la loro permanenza all'interno dei diversi social tutti i movimenti e le azioni che essi compiono vengono registrati e analizzati: dai link più cliccati alle pagine più visitate, dalle ricerche, alle visualizzazioni e i like, compresi commenti e condivisioni. I dati collezionati vengono successivamente impiegati grazie agli algoritmi, programmi composti da sequenze di operazioni predefinite che portano a risultati diversificati, per creare esperienze affini a gusti e preferenze cucite su misura per ognuno di loro. L'intero business dell'informazione si basa sullo scambio dei dati che gli individui forniscono alle diverse piattaforme attraverso la loro presenza e le loro interazioni online¹⁷.

La personalizzazione è efficace sotto tre aspetti: il primo riguarda gli utenti che usufruiscono del servizio, il secondo importante per il marketing delle aziende e il terzo legato al sostentamento delle piattaforme stesse. Osservando la questione dal punto di vista del consumatore finale, ovvero dell'utente che possiede un profilo all'interno del social, i dati che vengono raccolti, senza che egli debba fare nulla se non utilizzare la piattaforma, gli restituiranno delle esperienze su misura, individuate e selezionate appositamente per lui¹⁸.

L'analisi delle interazioni permetterà agli algoritmi di filtrare i diversi contenuti presenti in rete e offrire agli utilizzatori un ventaglio di proposte in linea con gli interessi e le preferenze evidenziate. Questo meccanismo aumenta la soddisfazione dell'utente che può trovare in un solo luogo tutto ciò di cui ha bisogno; egli sarà quindi motivato a rimanere per più tempo a consultare i contenuti che gli verranno proposti accrescendo il traffico di dati nel suo profilo. Più tempo qualcuno passa all'interno di una piattaforma e più informazioni possono essere raccolte al fine di favorire un affinamento della sua profilazione. Tutti i dati raccolti, oltre che servire alle piattaforme stesse per la scelta delle

¹⁶ Newman Daniel, *The key to personalization is data*, Forbes, luglio 2015, in <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2015/07/28/the-key-to-personalization-is-data/?sh=749c259e6c11>, visitato il 19 settembre 2022.

¹⁷ Turov Joseph, *Niche Envy: Marketing Discrimination in the Digital Age*. Massachusetts: MIT Press, 2008. Capitolo: *A major transformation*.

¹⁸ Kotras Baptiste, *Mass personalization: Predictive marketing algorithms and the reshaping of consumer knowledge*, Big data and society 7(2), luglio 2020, in <https://doi.org/10.1177/2053951720951581>, visitato il 16 settembre 2022.

informazioni da suggerire ai loro fruitori, vengono venduti alle aziende sotto forma di spazi pubblicitari pertinenti¹⁹.

I diversi brand, infatti, pagando possono posizionarsi con più sicurezza nel feed delle persone che sono risultate più interessate ai loro prodotti, assicurandosi così profitti maggiori. Grazie l'immensa mole di dati collezionati le piattaforme riescono a segmentare i loro utenti e, capendone interessi e bisogni, sono capaci di fornire annunci pertinenti alle loro ricerche invogliandoli ad acquistare gli articoli pubblicizzati. I brand vengono dunque avvicinati al loro target di riferimento senza dover sprecare risorse economiche rilevanti, pubblicizzando direttamente i loro prodotti ad una stretta cerchia di consumatori con la certezza che essi siano realmente propensi all'acquisto²⁰. La profilazione è quindi, sotto questi aspetti una vera e propria vittoria che si celebra per tutti e tre gli attori: utenti, piattaforme e aziende, e una grande leva che tiene in moto l'economia digitale.

1.4 Filter Bubbles ed Echo Chambers

Eppure, c'è chi come Eli Pariser ha intravisto ed inquadrato il risvolto negativo della personalizzazione dei contenuti. Essa permette effettivamente agli utenti di consultare immagini, articoli e video affini ai loro interessi e preferenze, ma questi, soprattutto quando si parla di dibattito politico, compromettono la loro integrità, impedendogli di contemplare punti di vista differenti²¹. Continuando ad acquisire informazioni strettamente legate alle loro credenze e convinzioni essi vengono difficilmente esposti alla possibilità di metterle in discussione. Questo impedisce di percepire la realtà nella sua totalità e interezza, portando a vedere il proprio come l'unico mondo possibile. Si finisce così per vivere immersi in un personale universo di informazioni: la "Filter Bubble", dove si ricevono

¹⁹ Pariser Eli, *The filter bubble, what the internet is hiding from you*. London: Penguin Books Ltd, 2012. Capitolo: *Facebook Everywhere*.

²⁰ Lee Laura, *Every Move You Make... I'll Be Watching You: How Personalized Ads Work*, Enveritasgroup, 21 maggio 2018 in <https://enveritasgroup.com/campfire/why-am-i-seeing-this-ad-how-personalized-ads-work/>, visitato il 19 settembre 2022.

²¹ Pariser Eli, *The filter bubble, what the internet is hiding from you*, op. cit. Capitolo: *The data market*.

maggiormente notizie che sono familiari e che confermano le proprie credenze. Dal momento che queste “bolle” sono anche invisibili, difficilmente ci si rende conto di esserci finiti dentro, divenendo incapaci di vedere cosa internet, restringendo il bacino di informazioni da cui si può attingere, realmente nasconde.

Gli algoritmi dei social, assieme alla tendenza a interagire con persone che hanno idee simili alla propria, limitano l'esposizione degli individui a diversi punti di vista incoraggiando, alla lunga, l'adozione di una posizione ideologica estrema. Così facendo si crea un ambiente dove si è raggiunti in maniera predominante da contenuti congeniali che portano a escludere prospettive divergenti e solitamente più stimolanti, fondamentali per mettere alla prova le proprie convinzioni²².

Se protratto nel tempo, il continuo scambio con idee simili, porterà il pubblico a un lento processo di frammentazione che isolerà gli individui all'interno delle loro bolle, allontanandoli l'uno dall'altro²³, con il rischio che si polarizzino adottando prospettive più estreme²⁴. Nella peggiore delle ipotesi finiranno per impermeabilizzare le loro convinzioni e credenze; qualsiasi altra opinione o punto di vista che si discosti dal loro non esporrà al dubbio, al contrario scivolerà addosso rafforzando le idee che già si possiedono.

Oltre alle così dette “bolle di filtraggio” sono emersi però altri fenomeni dovuti in gran parte ai processi di personalizzazione dei contenuti online come quello delle “Echo Chambers”. Cass R. Sustain²⁵ descrive queste “camere d'eco” o “casse di risonanza” come ambienti virtuali in cui le opinioni o convinzioni di un

²² Interian Ruben - Marzo Ruslán - Mendoza Isela - Ribeiro Celso, *Network polarization, filter bubbles, and echo chambers: An annotated review of measures, models, and case studies*, 2022, in <http://dx.doi.org/10.48550/arXiv.2207.13799>, visitato il 20 agosto 2022.

²³ Figà Talamanca Giacomo - Arfini Selene. *Through the Newsfeed Glass: Rethinking Filter Bubbles and Echo Chambers*, in *Philosophy and Technology* 35, marzo 2022. Capitolo: *The filter bubble thesis*, in <https://doi.org/10.1007/s13347-021-00494-z>, visitato il 23 agosto 2022.

²⁴ Kitchens Brent - Johnson Steven L. - Gray Peter, *Understanding echo chambers and filter bubbles: the impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption*. *MIS Quarterly*, 44 (4), dicembre 2020. Capitolo: *Introduction*.

²⁵ Sunstein Cass R., *#Republic, Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press, 2017.

individuo su un determinato argomento vengono rafforzate a causa di interazioni ripetute con persone o fonti che hanno tendenze e atteggiamenti simili ai loro²⁶.

Il continuo riecheggiare degli stessi punti di vista all'interno di queste casse di risonanza, formate da soggetti accomunati dagli stessi gusti e preferenze, inibirebbe la capacità degli individui di mettere alla prova le proprie convinzioni esponendosi ad informazioni diverse da quelle che già possiedono. Accade così che, come sostenuto da Sustain, le persone che la pensano allo stesso modo, rinchiusi all'interno di bolle in cui riecheggiano contenuti affini alle loro ideologie, si frammentano, finendo per assumere posizioni estreme a causa di bacini argomentativi limitati²⁷.

Si possono così riconoscere due pattern ricorrenti all'interno dei processi di formazione delle "camere d'eco", entrambi riconducibili alla presenza dei bias di conferma ovvero delle scorciatoie cognitive che aiutano gli individui ad orientarsi nel prendere decisioni rapidamente, facendoli propendere verso elementi che convalidano le loro conoscenze²⁸. Uno studio di Walter Quattrociocchi ha evidenziato come gli individui siano spinti a riconfermare le proprie credenze stimolati dalla volontà di evitare le sfide per paura di essere contraddetti e dalla necessità di ottenere rinforzi argomentativi capaci di dimostrare a sé stessi di avere ragione²⁹.

I bias cognitivi portano dunque gli individui a evitare di prendere in considerazione le opinioni contrarie che essi stessi sminuiscono e manipolano per autoconvincersi che la loro sia la prospettiva più veritiera. Attraverso questo processo, in gran parte involontario, gli individui cercano di ridurre al minimo la

²⁶ Cinelli Matteo, De Francisci Morales Gianmarco, Galeazzi Alessandro, Starnini Michele, *The echo chamber effect on social media*, Proceedings of the National Academy of Sciences 118 (9), gennaio 2021, in <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>, visitato il 27 agosto 2022.

²⁷ Sunstein Cass R., *The Law of Group Polarization*, Journal of Political Philosophy 10 (2), 2002. Pp. 175-195.

²⁸ Wason Peter C., Johnson Laird Philip N., *Psychology of reasoning: structure and content*. Harvard: Harvard University Press, 1972.

²⁹ Quattrociocchi Walter, Brugnoli Emanuele, Cinelli Matteo, Scala Antonio, *Recursive patterns in online echo chambers*, Scientific reports 9 (2018), dicembre 2019, in <https://doi.org/10.1038/s41598-019-56191-7>, visitato il 28 agosto 2022.

propria dissonanza cognitiva per sottrarsi allo stress psicologico derivante dalla coesistenza all'interno del loro mondo di due convinzioni contraddittorie³⁰.

Così, nonostante gli algoritmi influenzino la fruizione di contenuti personalizzando la loro bacheca social, anch'essi finiscono per esporsi in maniera selettiva alle informazioni ricercando istintivamente quelle che possono confermare le loro idee, rifiutando a prescindere quelle divergenti³¹. Si possono innescare, giunti a questo punto, processi ancora più complessi come quello della spirale del silenzio studiato da Neumann³². Segregati all'interno delle loro bolle è difficile che essi vengano raggiunti, se non in maniera volontaria attraverso l'esposizione selettiva e quindi alla personale scelta dei contenuti di cui fruire, da informazioni che contrastano le loro idee. All'interno di questi ambienti gli utenti finiscono per schiacciarsi tutti verso le posizioni che vengono percepite come prevalenti, risucchiati dalla spirale del silenzio che mette a tacere i punti di vista minoritari.

Circondati da altre persone con rigide e dominanti ideologie, per paura di esporre il loro punto di vista, magari leggermente moderato, essi finiscono per conformarsi alla maggioranza. In questo modo la segregazione e l'isolamento dal resto del mondo aumenta impedendo a ognuno di apportare alla discussione dei temi o delle questioni significative che potrebbero mettere alla prova le convinzioni del gruppo³³.

All'interno delle "camere d'eco" gli individui possono, a causa della loro continua esposizione a contenuti che confermano i loro punti di vista, ingenuamente percepire una sorta di supporto pubblico alle loro personali opinioni. Circondati infatti da persone che la pensano in modo omogeneo, finiscono per credere che la loro posizione sia quella condivisa dalla

³⁰ Festinger Leon, *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press, 1957.

³¹ Garrett Kelly R., *Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate*. *Journal of Communication* 59 (4), dicembre 2009, pp. 676-699, in <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01452.x>, visitato il 28 agosto 2022.

³² Neumann Elisabeth N., *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*. Milano: Meltemi, 2017.

³³ Stella Renato, *Sociologia delle comunicazioni di massa*. Torino: UTET università, 2012. Capitolo: *La spirale del silenzio (Elisabeth Noelle-Neumann)*.

maggioranza, rafforzando le loro idee³⁴. Il rischio sono le polarizzazioni, fenomeni in cui si assiste a uno schiacciamento estremo verso una convinzione o credenza, una sorta di forte propensione verso una sola faccia della questione.

Gli individui, una volta presa una posizione estrema, si pongono in uno scontro continuo con chi possiede idee totalmente opposte alle loro, anche se moderate, ma comunque divergenti da quelle in cui credono e quindi tenute lontane dalla bolla nella quale sono immersi. Per entrambi Sustain e Pariser però una soluzione volta a scoraggiare l'insorgere di questi fenomeni esiste: si tratta del consumo personale e volontario di contenuti che possano apportare al proprio punto di vista e ai contenuti dall'algoritmo delle prospettive differenti, capaci di rappresentare le questioni discusse nella loro interezza³⁵. Una sorta di esposizione selettiva che ogni individuo può adottare per iniziare a creare qualche piccola finestra dalla quale intravedere il mondo esterno, per far sì che la polarizzazione non sia più un destino obbligato.

Anche se rinchiusi in piccole bolle, raggiunti continuamente da informazioni che rassicurano e confermano le proprie idee, le persone mantengono la possibilità di prendere in mano le redini del proprio destino e tornare a ricercare autonomamente i contenuti di cui fruire, scegliendo di mettersi costantemente alla prova accogliendo informazioni divergenti.

Critico verso queste visioni, Axel Burns mette in dubbio l'eccessivo peso delle "Echo Chambers" e della "Filter Bubble" evidenziando lo spropositato utilizzo di questi termini all'interno del sistema dei media³⁶. Egli, attraverso varie analisi, critica le teorie di Pariser e Sustain, dimostrando la limitatezza delle conseguenze apportate da questi fenomeni al processo di consolidamento dell'opinione dei singoli individui e all'eventuale polarizzazione degli stessi.

³⁴ Luzsa Robert, Mayr Susanne, *False Consensus in the Echo Chamber: Exposure to Favorably Biased Social Media News Feeds Leads to Increased Perception of Public Support for Own Opinions*, *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15 (1), gennaio 2021, in <https://doi.org/10.5817/CP2021-1-3>, visitato il 26 agosto 2022.

³⁵ Kitchens Brent - Johnson Steven L. - Gray Peter, *Understanding echo chambers and filter bubbles: the impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption*, op. cit. Capitolo: *Understanding echo chambers and filter bubbles*.

³⁶ Burns Axel, *Are filter bubbles real?* Cambridge: Polity Press, 2019.

I due principali fattori che caratterizzano il processo di formazione delle idee sono i bias di conferma e l'influenza sociale; la polarizzazione sarebbe un effetto combinato delle due forze. I bias di conferma, ovvero quelle le tendenze a elaborare le informazioni cercando o interpretando solo quei fatti coerenti con le proprie convinzioni, favoriscono la fruizione di informazioni che consolidano le posizioni iniziali. Anche se questo fenomeno è in gran parte non intenzionale, spesso, come già precedentemente osservato, porta gli individui a ignorare completamente una parte delle informazioni esistenti, causando un contatto significativamente minore con punti di vista in contraddizione col loro. A questo si aggiunge anche l'influenza sociale che condiziona il modo di pensare degli individui inducendoli a prendere parte alle posizioni dominanti lasciando da parte tutte quelle minoritarie³⁷.

Burns afferma che la crescita della polarizzazione sociale e politica è un problema che fonda le sue radici nell'ambito sociale e per questo non può essere attribuito solamente alla tecnologia. Egli sostiene che la crescente opportunità di scelta offerta da internet, e in particolar modo dai social media, ha ampliato la possibilità degli utenti di esporsi ad una quantità maggiore di idee e prospettive allargando il bacino di informazioni alle quali essi possono attingere nel costruire le proprie opinioni. Sarebbe quindi proprio internet stesso, ritenuto da Pariser e Sustain il fulcro della questione, a rompere e rendere meno efficaci "filter bubble" ed "echo chambers"³⁸. Nonostante la fruizione di contenuti da parte degli individui sia orientata dalla personalizzazione, ognuno ha comunque la possibilità di ricercare autonomamente le informazioni che vuole consultare e quindi rompere la propria bolla.

A conferma di questo si può prendere in considerazione la teoria dell'esposizione selettiva³⁹. Alla base della selezione c'è l'interesse da parte di un soggetto all'acquisizione di informazioni. Gli individui dunque si esporrebbero solamente a messaggi scelti in base ai loro interessi politici, gusti o valori di

³⁷ Interian Ruben - Marzo Ruslán - Mendoza Isela - Ribeiro Celso. *Network polarization, filter bubbles, and echo chambers: An annotated review of measures, models, and case studies*, op. cit.

³⁸ Burns Axel, *Filter bubble*, Internet Policy Review 8(4), 2019.

³⁹ Lazarsfeld, Paul F., Berelson Bernard, and Gaudet Hazel. *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential election*. New York: Columbia University Press, 1948.

riferimento anche senza che questi gli vengano proposti dagli algoritmi. Anche senza la presenza di un feed personalizzato essi sarebbero inclini a cercare informazioni a loro congeniali⁴⁰.

Accanto a questo si possono valutare anche le teorie della percezione e della memorizzazione selettiva. Gli individui interpretano personalmente e in modo diverso il significato di un messaggio seppur esso sia identico⁴¹. Individui che presentano ideologie opposte al contenuto del messaggio potrebbero percepire come più vicine le poche informazioni che tendono verso il loro punto di vista, tralasciando le altre e andando a rafforzare le loro idee.

Allo stesso modo ciò può accadere con la memorizzazione selettiva in cui ognuno sceglie, fra tutte le informazioni ottenute, quelle che vuole ricordare⁴², in questo caso, nonostante un soggetto possa essere esposto a opinioni diverse dalla sua, finirà comunque per ricordare quelle che sono più affini al suo modo di pensare, finendo per minimizzare o modificare quelle che invece, al contrario sono divergenti.

Gli individui risultano essere quindi interessati a consultare informazioni che supportino le loro idee e non sono istintivamente propensi a quelle che invece mettono in dubbio le loro posizioni. In questo modo, che siano o non siano influenzati dalle proposte selezionate dagli algoritmi sulla base delle loro preferenze, la loro tendenza sarà sempre quella a cercare informazioni che confermino il loro punto di vista.

Grazie all'immensa mole di dati a disposizione, nonostante le informazioni preconfezionate che emergono sui social, non si è per forza sottoposti ai meccanismi tecnologici, ma ci si può esporre in maniera selettiva proprio ai contenuti che sostengono punti di vista opposti. Oltre a questo, i diversi utenti, nonostante si trovino all'interno di spazi definiti e ideologicamente estremizzati, possono utilizzare le piattaforme stesse per una varietà di altri scopi oltre che per

⁴⁰ Frey Dieter, *Recent research on selective exposure to information*, Advances in experimental social psychology 19, Academic Press, 1986. Pp. 41-80.

⁴¹ Allport Gordon W., Postman Leo J., *The basic psychology of rumor*. Cambridge: Harvard University, 1945.

⁴² Klapper Joseph T., *The effects of mass communication*, Free press, 1960.

motivi strettamente politici, come per esempio sviluppare interazioni sociali, condividere le proprie esperienze o semplicemente seguire gli sviluppi delle discussioni su temi di attualità e interesse pubblico.

1.5 Il fenomeno delle polarizzazioni

Sono quindi molteplici le cause da attribuire all'innescarsi dei processi di polarizzazione che, come si può osservare all'interno dei social, sono sempre più frequenti. Non tutta la colpa è imputabile alla conformazione tecnologica dei mezzi che mettono in relazione i diversi utenti, buona parte del fenomeno si sviluppa in maniera involontaria a partire dai bias di conferma e dalla pressione sociale a cui gli esseri umani sono sottoposti, nonché dal loro istinto.

Il fenomeno della polarizzazione però affonda le sue radici anche nella cultura predigitale, quella che negli anni attraverso i mezzi di comunicazione di massa si è diffusa fra i diversi consumatori. Fin dagli anni 60, quando le prime televisioni sono divenute un bene largamente diffuso fra la popolazione, per il basso costo e l'importanza ricoperta, le questioni affrontate nei talkshow serali sono state esposte agli spettatori sotto forma di dicotomie. L'obiettivo era infatti quello di spettacolarizzare le questioni politiche al fine di creare delle vere e proprie forme di intrattenimento che aumentassero il coinvolgimento dell'audience generando un impatto maggiore⁴³.

Da sempre si è stati così abituati a dover prendere l'una o l'altra parte all'interno di un dibattito pubblico, sull'onda dell'esempio veicolato dai personaggi politici. Ancora oggi i diversi argomenti che vengono esposti e discussi nei programmi in diretta tv sono contraddistinti da personaggi pubblici che si schierano ai poli opposti della questione, difendendo a frasi e insulti le loro posizioni e ideologie dall'incombente minaccia dell'opinione dell'altro. In maniera inconscia si può sostenere che anche questi scenari hanno contribuito a formare

⁴³ Tonello Fabrizio, *Democrazie a rischio: La produzione sociale dell'ignoranza*. Torino: Pearson Italia, 2019. Capitolo: L'ecosistema informazione.

la propensione degli individui a prendere posizioni estreme, portandoli a scindere il mondo in: con me o contro di me.

Con il termine polarizzazione s'intende l'incremento di una piccola tendenza iniziale, mostrata da singoli individui, verso un punto di vista più estremo a seguito di una discussione di gruppo⁴⁴. Il confronto fra persone con opinioni simili, dove tutte le idee che vengono condivise si fanno eco fra loro, porta inevitabilmente a rinforzare opinioni e posizioni, spingendo gli individui a propendere per punti di vista più estremi, influenzati dalla percezione di essere appoggiati dalla maggioranza. Questo accade a causa dello stretto bacino di argomenti di cui essi dispongono. Quando il gruppo di discussione non è eterogeneo, composto quindi solo da individui con ideologie molto simili, i contenuti apportati dai singoli soggetti mostreranno inclinazioni analoghe, senza tendere mai a posizioni opposte. Ciò impedirà all'intero gruppo di venire a contatto punti di vista differenti capaci di mettere in discussione le sue convinzioni. Il risultato della discussione sarà quello di rinforzare le credenze spostando ulteriormente gli individui nella direzione delle inclinazioni iniziali⁴⁵.

Non sempre la tendenza a polarizzare dipende dalle discussioni che si hanno con altre persone, molto spesso l'influenza avviene in primo luogo a livello psicologico. Uno dei fenomeni più ricorrenti è il così detto *effetto cascata* secondo cui gli individui sono spinti a credere in qualcosa solamente perché tutte le persone vicino a loro, con ideologie e posizioni affini, ci credono⁴⁶.

L'influenza sociale è dunque da considerarsi fra i fattori rilevanti nella formazione di ideologie estreme per il forte impatto che ha nella psiche umana delle persone. Essendo parte di una società, ciascuno è condizionato dalla presenza degli altri e dai giudizi che questi potrebbero muovere nei loro confronti. Di conseguenza tutti gli individui sono spinti a comportarsi in base a quello che gli altri attori sociali si aspettano da loro e in base a quello che, in linea di massima, viene considerato giusto fare. Per preservare la propria immagine

⁴⁴ Sustain Cass R., *The law of group polarization*, op. cit. Pp. 3

⁴⁵ Sustain Cass R., *The law of group polarization*, op. cit. Pp. 4

⁴⁶ Watts Duncan J., *A simple model of global cascades on random networks*. Washington: Proceedings of National Academy of Sciences 99 (9), 2002.

ciascuno muove quindi le sue posizioni molteplici volte, in relazione alle correnti del momento⁴⁷. Si tende in questo modo, come in mezzo a una folla numerosa, a lasciarsi trascinare dalla maggioranza, dando meno peso a quelli che erano i dubbi e perplessità iniziali rispetto a una determinata questione e incanalandosi tutti in un'unica direzione.

Nel processo di polarizzazione grande rilevanza è ricoperta, oltre che dai fattori psicologici, anche dalle argomentazioni persuasive. È semplice intuire come il modo in cui idee e opinioni degli individui vengono esposte sia fondamentale nel convincere chi ascolta a muoversi verso la posizione sostenuta nell'intervento. Più le argomentazioni saranno persuasive e tanto più vi sarà la possibilità che un maggior numero di persone si polarizzi abbandonando le proprie convinzioni moderate e spostandosi verso l'uno o l'altro polo. Allo stesso modo però, se ad essere più convincenti sono i punti di vista opposti, può succedere, anche se più raramente, che gli individui si allontanino dalla loro tendenza originaria⁴⁸.

A tal proposito un'ultima osservazione rispetto al fenomeno può essere fatta riguardo alla possibilità di rompere la polarizzazione. Solitamente, al fine di ridurre le tendenze più estreme e mitigare i punti di vista più polarizzati, si ottiene maggiore efficacia se a presentare l'ideologia leggermente divergente da quelle abitualmente proposte è un membro interno al gruppo. In questo modo i vari individui percepiranno quel soggetto come più amichevole e vicino perché più simile a loro e saranno quindi più aperti all'ascolto. Cosa che invece non può accadere se le stesse osservazioni vengono evidenziate da una persona fisicamente e intellettualmente distante dal gruppo, questa verrebbe percepita come una minaccia e verrebbe rapidamente allontanata⁴⁹.

Il fenomeno della polarizzazione, come si è potuto osservare, è governato da innumerevoli forze e fattori che, tutti assieme orientano e guidano le decisioni dei singoli soggetti, spingendoli a raggrupparsi verso i poli più estremi delle

⁴⁷Sustain Cass R., *The law of group polarization*, op. cit. Pp. 8

⁴⁸Sustain Cass R., *The law of group polarization*, op. cit. Pp. 14

⁴⁹ Sustain Cass R., *The law of group polarization*, op. cit. Pp. 15

questioni. Il rischio in cui essi incorrono venendo sottoposti costantemente, all'interno di "filter bubbles" ed "echo chambers", a contenuti affini alle loro ideologie, è quello di rendere le loro posizioni impermeabili e quindi irraggiungibili dal resto di ideologie differenti. Nonostante sia un fenomeno comune la tendenza a polarizzare può essere mitigata. Vedere la questione da un'unica prospettiva senza potersi muovere per osservarla da altri punti non permette agli individui di cogliere appieno tutte le sfaccettature della realtà e ne condiziona in maniera sfalsata la percezione. La realtà, infatti, molte volte è molto più complessa di quanto non sembri e sicuramente non si trova ai poli della questione, ma al contrario può essere scoperta solo grazie ad un'apertura verso l'altro al fine di creare un dialogo inclusivo che possa mettere davvero alla prova le proprie credenze.

1.6 La maggioranza silenziosa e l'insorgere della zona grigia

Non tutti i soggetti, quindi, si polarizzano verso posizioni estreme. Accade spesso, infatti, che gli individui, pur possedendo le proprie convinzioni e credenze, tendano a informarsi ricercando punti di vista contrari al loro per avere un quadro più ampio della questione. Rare volte, così come anche nel caso delle polarizzazioni, capita che questi, nonostante il confronto con prospettive diverse dalla loro, invertano le proprie tendenze muovendosi verso inclinazioni opposte. Più di frequente invece sono disponibili e propensi al confronto, riuscendo ad ascoltare ciò che l'altro ha da dire e continuando, tramite le loro interazioni, a mettere in discussione le loro idee.

Gran parte di queste persone, tuttavia, non esterna le sue posizioni, rimanendo nascosta all'interno dell'opinione pubblica, seguendo da lontano gli interventi di chi possiede una convinzione più forte e sicura⁵⁰. Ecco perché si tende a pensare, osservando una semplice discussione sui social, che la maggior

⁵⁰ Gheno Vera, Mastroianni Bruno, *10 parole chiave per usare meglio la rete*, Il libraio, agosto 2018, in <https://www.illibraio.it/news/saggistica/parole-usare-meglio-rete-783992/>, visitato il 15 settembre 2022.

parte delle persone sia polarizzata e che l'opinione pubblica sia totalmente schierata a favore o contro una specifica tematica.

Non a caso il termine comune utilizzato per identificare gli appartenenti a questo gruppo è “maggioranza silenziosa”, introdotto negli Stati Uniti verso la fine degli anni Sessanta. La necessità era quella di indicare quella larga fetta di cittadini che, non partecipando attivamente alla vita politica, era più restia ad esprimere la propria opinione sulle grandi questioni del paese⁵¹. Seppur utilizzato, con l'avvento di internet, in maniera leggermente diversa, il suo significato principale rimane invariato anche nel mondo online.

Come accade nell'offline, anche online si possono distinguere, all'interno dei social network, due tipi di utenti: gli oratori e gli ascoltatori. I primi hanno ideologie fisse e predominanti, essi sono soliti commentare i loro pensieri condividendo le proprie posizioni con gli altri utenti. Questi sono solitamente gli utenti più polarizzati, quelli che tendono a far valere le proprie idee nel confronto con l'altro.

Le opinioni di quelli appartenenti al secondo gruppo invece sono più mitigate e vengono influenzate dagli appartenenti al primo gruppo e, in generale, dai contenuti a cui si espongono attraverso le interazioni sociali⁵². Chi possiede posizioni estreme è più propenso a esprimerle per la sicurezza con cui le sostiene mentre chi adotta punti di vista più mitigati tende a tenerli per sé. È per questo che, assistendo ad un confronto online, l'opinione pubblica sembra essere così polarizzata, ciò però non implica che necessariamente anche la società stessa lo sia⁵³.

Questa larga fetta di pubblico, ovvero la maggioranza silenziosa, di fatto osserva silenziosamente tutti gli scambi che avvengono online e mette in

⁵¹ Wikipedia, *Maggioranza silenziosa*, 21 settembre 2021 in [https://it.wikipedia.org/wiki/Maggioranza_silenziosa#:~:text=La%20maggioranza%20silenziosa%20\(in%20inglese,la%20influenza%20in%20forma%20passiva](https://it.wikipedia.org/wiki/Maggioranza_silenziosa#:~:text=La%20maggioranza%20silenziosa%20(in%20inglese,la%20influenza%20in%20forma%20passiva), visitato il 28 agosto 2022.

⁵² Interian Ruben - Marzo Ruslán - Mendoza Isela - Ribeiro Celso, *Network polarization, filter bubbles, and echo chambers: An annotated review of measures, models, and case studies*, op. cit.

⁵³ Stadelmann David, *The silent power of the moderate majority*, World Crunch, marzo_2020, in <https://worldcrunch.com/opinion-analysis/the-silent-power-of-the-moderate-majority>, visitato il 15 settembre 2022.

discussione o conferma, in base agli interventi degli altri utenti, le sue opinioni. Tra gli appartenenti a questa categoria si può talvolta osservare un gruppo di utenti che, non si limita solamente a scrutare tutti i commenti che popolano le diverse discussioni, ma si spinge oltre intervenendo nel flusso ed esprimendo, solitamente in maniera mite, le proprie posizioni. Sono utenti che pongono domande o esprimono perplessità che di fatto aprono al confronto e all'approfondimento dei vari temi trattati, incentivando gran parte del pubblico alla riflessione.

Porre l'attenzione su questo tipo di utenti all'interno delle interazioni che hanno luogo sui social può essere un'occasione strategica per delineare uno stile di moderazione dei commenti che mantenga il focus sull'argomento della discussione più che favorire le contrapposizioni tra fazioni opposte. Moderando toni e linguaggio, anche nelle situazioni più accese, ed esponendo le proprie posizioni in maniera chiara ed efficace, si invoglierà questo tipo di utenti a intervenire in maniera costruttiva e, molte volte più convincente, non incoraggiando l'insorgenza di ulteriori polarizzazioni.

Capitolo 2

Caso di studio: metodologia e limiti

Per comprendere meglio il fenomeno delle polarizzazioni e indagare le tendenze degli individui online quando vengono posti dinnanzi ad una questione è necessario osservare più da vicino un caso che ha acceso un rilevante numero di discussioni all'interno dell'opinione pubblica. Il caso preso in esame vede come protagonista l'Accademia della Crusca, istituzione italiana composta da studiosi ed esperti di linguistica e di filologia della lingua italiana, volta al mantenimento e il rinnovo delle antiche tradizioni dell'italiano.

La questione ruota attorno alla domanda sollevata da alcuni lettori riguardo la possibilità di rendere transitivi alcuni verbi intransitivi, in particolare “uscire” e “sedere”, all'interno di contesti informali e popolari. La vicenda risale all'11 gennaio 2019, giorno della pubblicazione della risposta scritta da Vittorio Coletti, linguista e consigliere dell'Accademia, al quesito avanzato da alcuni lettori⁵⁴.

L'analisi ricostruisce quanto accaduto nei giorni successivi alla pubblicazione del commento fino al 1 febbraio 2019, considerando in particolare i le repliche rivolte all'account ufficiale dell'Accademia della Crusca⁵⁵ dai suoi seguaci. La piattaforma presa in considerazione per l'indagine è Twitter, servizio di notizie e microblogging istantaneo. Attraverso questo canale i portavoce della

⁵⁴ Coletti Vittorio, *Siedi il bambino! No, fallo sedere!*, Accademia della Crusca, gennaio 2019, in <https://accademiadellacrusca.it/it/consulenza/siedi-il-bambino-no-fallo-sedere/1575>, visitato il 13 settembre 2022.

⁵⁵ Profilo Twitter dell'Accademia della Crusca: https://twitter.com/AccademiaCrusca?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor.

Crusca hanno risposto in maniera rapida e costante ai vari commenti di critica e opposizione ricevuti, tentando di fornire chiarimenti e spiegazioni riguardo la loro posizione.

La ricostruzione della discussione avvenuta sotto i tweet dell'Accademia è stata osservata per quanto possibile direttamente sulla piattaforma, ma si è fatto anche riferimento a un articolo pubblicato su [ilPost.it](https://www.ilpost.it) che ha elaborato un'esposizione cronologica e dettagliata dei fatti⁵⁶. Questa, attraverso i vari link correlati, ha permesso il recupero dei tweet di replica dove la Crusca ha argomentato la sua posizione e gli utenti hanno espresso i loro pareri ed opinioni, molto spesso dissonanti rispetto a quelli sostenuti dall'istituzione.

I dati raccolti sono da considerarsi limitati alla finestra temporale presa in considerazione e alle informazioni ricostruite, non vi è la certezza che i tweet collezionati siano tutti quelli realmente condivisi durante l'accesa discussione in quanto Twitter rende visibili alla ricerca solamente un numero limitato di contenuti nel tempo, rendendo impossibile il reperimento degli originali nella loro interezza.

Nonostante la modesta quantità di dati a disposizione, nel susseguirsi della discussione, si possono osservare dal punto di vista qualitativo diversi fenomeni, non solo presenti all'interno delle reazioni degli utenti a determinati contenuti, ma anche relativi all'interazione di quest'ultimi con altri individui. Il materiale è sufficiente per osservare l'innescarsi di diverse dinamiche di scontro, confronto e polarizzazione. Verrà posta particolare attenzione poi all'analisi delle repliche condivise dall'Accademia al fine di comprenderne gli effetti sull'opinione pubblica.

2.1 Accademia della Crusca

L'Accademia della Crusca rappresenta una delle più prestigiose istituzioni linguistiche d'Italia e del mondo, raccoglie studiosi ed esperti di linguistica e filologia della lingua italiana allo scopo di studiarne forme ed evoluzioni. Si pone

⁵⁶ Grande polemica su "esci il cane", Il Post, 27 gennaio 2019, in <https://www.ilpost.it/2019/01/27/crusca-siedi-bambino-grammatica/>, visitato il 20 settembre 2022.

infatti diversi obiettivi, tra cui il sostenimento dell'attività scientifica e di ricerca nel campo della linguistica, l'acquisizione e la diffusione della conoscenza storica dell'italiano e il rinnovo e lo studio critico della sua evoluzione. Collabora inoltre con le principali istituzioni degli altri Paesi al fine di promuovere una politica a favore del plurilinguismo nel nostro continente⁵⁷.

L'Accademia della Crusca nasce a Firenze tra il 1582 e il 1583 per mano di cinque letterati fiorentini che, durante allegre occasioni conviviali, recitavano "cruscate": ovvero discorsi colti dallo stile giocoso e scherzoso. L'intento primario era quindi del tutto "anti-accademico". L'obiettivo era quello di contrapporsi allo stile classico e severo dell'Accademia fiorentina inserendo nelle dispute letterarie di alto livello umorismo e satira. Con l'aggiunta di Leonardo Salviati attorno al 1583 la Crusca abbandona però la sua forma ludica e giocosa riassetandosi su un nuovo fine: mostrare e conservare la bellezza del volgare fiorentino, assumendo un ruolo normativo. Gli Accademici della Crusca si mettono dunque al lavoro per distinguere la parte buona e pura della lingua ovvero la farina, dalla parte cattiva e impura: la crusca⁵⁸.

L'istituzione è presente online; possiede un sito all'interno del quale si possono trovare numerose informazioni e contenuti⁵⁹. Oltre ai dati più tecnici relativi alla propria conformazione e organizzazione, l'Accademia della Crusca è molto attiva dal punto di vista dei servizi offerti ai suoi lettori. Essa fornisce aggiornamenti per quanto riguarda l'evoluzione della lingua italiana, promuove eventi e convegni, pubblica collane e riviste, permette la consultazione dei volumi e dei documenti raccolti nel suo archivio e della sua biblioteca. Inoltre, mantiene aggiornato lo studio della lingua proponendo format come "Parole nuove", in cui vengono chiariti e illustrati i nuovi neologismi, e "Consulenza linguistica", spazio dedicato ai lettori dove essi possono avanzare domande e dubbi riguardanti la grammatica o l'utilizzo della lingua e ricevere risposta dagli accademici. Proprio

⁵⁷ *L'Accademia*, Accademia della Crusca, 8 settembre 2011 in <https://accademiadellacrusca.it/it/contenuti/presentazione/6938>, visitato il 14 settembre 2022.

⁵⁸ *Accademia della Crusca*, Wikipedia in https://it.wikipedia.org/wiki/Accademia_della_Crusca, visitato il 14 settembre 2022.

⁵⁹ Sito web dell'Accademia della Crusca: <https://accademiadellacrusca.it/>, visitato il 14 settembre 2022.

da una risposta ad una domanda condivisa all'interno di questo format si origina la polemica mediatica che stiamo osservando.

L'Accademia presidia attraverso i suoi profili i principali social tra cui: Twitter⁶⁰, Facebook⁶¹ e Instagram⁶² in ognuno dei quali l'istituzione è attiva a partire dal 2012. Le diverse pagine vantano un buon numero di follower, al primo posto troviamo Facebook con 456.744 seguaci, successivamente Twitter con 113.196 e infine Instagram con 87.700 persone che seguono l'account. L'Accademia si presenta in maniera continuativa sui social pubblicando al minimo un post al giorno. I contenuti condivisi promuovono per lo più i diversi servizi offerti dall'istituzione, i più ricorrenti sono: informazioni dei nuovi libri presenti nella biblioteca e dei volumi consultabili nell'archivio, condivisione di risposte a quesiti avanzati dagli utenti, presentazione di articoli o riviste, convegni o interventi rilevanti e grafiche con le definizioni di alcune parole, appartenenti a specifici argomenti attuali. Le condivisioni risultano essere quindi molto varie e stimolanti affrontando sempre tematiche differenti.

Su Instagram si può notare una prevalenza di post in cui l'Accademia fornisce le definizioni di alcuni neologismi o parole derivate o tipiche dei dialetti locali, esplicandone il significato e il contesto d'utilizzo, scarseggiano invece post di articoli, eventi o conferenze. In generale si può notare che, al contrario di Facebook e Twitter dove l'istituzione condivide maggiormente estratti di riviste, presentazioni di libri e inviti per la partecipazione a eventi, su Instagram i contenuti condivisi tendono ad essere "autosufficienti" esaurendosi in poche righe non avendo la possibilità di collegarli ad un link di approfondimento.

Facebook è il luogo dove tendono ad avvenire le maggiori interazioni fra gli utenti appartenenti alla community che esprimono le loro idee e opinioni prevalentemente per quanto riguarda le definizioni delle parole e il loro utilizzo. In genere va comunque sottolineato che la Crusca, se non in casi come quello

⁶⁰ Profilo Twitter dell'Accademia della Crusca, op. cit.

⁶¹ Pagina Facebook dell'Accademia della Crusca:

https://www.facebook.com/AccademiaCrusca/?ref=page_internal, visitato il 14 settembre 2022.

⁶² Profilo Instagram dell'Accademia della Crusca: <https://www.instagram.com/accademiacrusca/>, visitato il 14 settembre 2022.

che verrà analizzato di seguito, non replica o risponde di frequente agli interventi dei suoi follower.

2.2 “Siedi il bimbo” ed “Esci il cane”

L’11 gennaio del 2019 l’Accademia della Crusca pubblica nel suo sito ufficiale un commento a risposta delle numerose richieste avanzate dai suoi lettori sulla possibilità di accostare subito dopo al verbo di moto, in questo caso “sedere”, l’oggetto diretto di persona. La frase risulterebbe essere quindi così composta: “Siedi il bimbo” al posto del corretto “Fai sedere il bimbo”.

Il linguista Vittorio Coletti prende in esame la questione e analizza, all’interno del suo testo, la situazione fornendo il suo punto di vista⁶³. Lo studioso sottolinea come, in un contesto colloquiale di italiano popolare e regionale, espressioni quali “siedi il bimbo” ed “esci il cane” sono ormai divenute d’uso comune. Queste costruzioni grammaticali sono infatti ampiamente diffuse soprattutto nel linguaggio parlato e nascono dalla necessità di rendere più brevi ed efficaci alcune espressioni, dotandole inoltre di un’accezione imperativa. Molto spesso proprio in ambito domestico è necessario avere una rapidità di linguaggio capace di far fronte alle più disparate circostanze, che alle volte possono rivelarsi anche urgenti. Coletti rimarca però che queste costruzioni grammaticali non possono comunque essere definite transitive e vanno quindi, in contesti formali, assolutamente evitate. Conclude, infatti, così il suo testo:

“Diciamo insomma che *sedere*, come altri verbi di moto, ammette in usi regionali e popolari sempre più estesi anche l’oggetto diretto e che in questa costruzione ha una sua efficacia e sinteticità espressiva che può indurre a sorvolare sui suoi limiti grammaticali”⁶⁴.

La prima parte del discorso, in cui il linguista si limita a constatare che l’utilizzo di queste espressioni è ormai diffuso e per questo risulterebbe inutile vietarlo, sembra però essere travisata da molteplici siti di news. La maggior parte

⁶³ Coletti Vittorio, *Siedi il bambino! No, fallo sedere!*, op. cit.

⁶⁴ Coletti Vittorio, *Siedi il bambino! No, fallo sedere!*, op. cit.

delle prime pagine dei quotidiani online, anche quelli più accreditati, si colora di titoli esagerati che alludono ad una presunta accettazione da parte dell'Accademia della costruzione transitiva di sedere e degli altri verbi di moto⁶⁵. Sentenza che, leggendo per intero l'articolo pubblicato da Coletti, sarebbe solamente in parte vera. Infatti, secondo quanto riportato dal linguista, sarebbe proprio il contesto d'utilizzo a fare la differenza. Qualche testata giornalistica si spinge addirittura più in là alludendo a un'ipotetica "rivincita del Sud", riferendosi ai detti ironici che ritengono l'utilizzo di queste espressioni, di uso tipico meridionale, come regionalismi e anomalie.

Si innesca così un flusso mediatico di conversazioni, che porta all'insorgere di parte dell'opinione pubblica contro le dichiarazioni avanzate dalla Crusca. Ciò avviene non solamente a causa dell'argomento discusso, evidentemente controverso, ma anche a seguito della pubblicazione di titoli di giornale fuorvianti.

In ambito giornalistico, l'esagerazione è, infatti, ampiamente utilizzata al fine di suscitare interesse nei lettori e spingerli a leggere l'intero articolo, soprattutto se questo viene pubblicato online dove un maggior numero di visualizzazioni porta a un aumento della visibilità del contenuto. L'opinione pubblica così si divide rapidamente in due fazioni: quelli che sostengono e ammirano il diligente lavoro di ricerca e studio portato avanti dalla Crusca e quelli che invece, attraverso insulti e contrapposizioni, ne sminuiscono il ruolo.

A seguito dell'enorme discussione creatasi online, l'Accademia decide di annunciare su Twitter l'intervento in tv del suo presidente onorario con lo scopo di ristabilire l'ordine e riacquisire la sua autorevolezza. Il 27 gennaio del 2019,

⁶⁵ Riccardi Katia, "Siedi il bimbo" o "esci il cane", per l'Accademia della Crusca si possono usare. "Ma non in contesti formali", La Repubblica, 27 gennaio 2019 in https://www.repubblica.it/cronaca/2019/01/27/news/accademia_della_crusca_verbi_intransitivi_siedi_il_bambino_grammatica-217579667/.

Coviello Monica, "Scendi il cane": per l'Accademia della Crusca si può dire (ma non scrivere), Vanity Fair, 28 gennaio 2019, in <https://www.vanityfair.it/news/approfondimenti/2019/01/28/scendi-il-cane-per-laccademia-della-crusca-si-puo-dire-ma-non-scrivere>.

La rivincita del Sud. Per la Crusca si può dire "esci il cane" o "siedi il bambino", HuffPost, 26 gennaio 2019, in https://www.huffingtonpost.it/2019/01/26/laccademia-della-crusca-dire-esci-il-cane-o-siedi-il-bambino-non-e-sbagliato_a_23653310/.

twitta sul suo profilo ufficiale che Francesco Sabatini sarà ospite al Tg1 delle 20:00 per fornire chiarimenti e approfondimenti in merito alla questione [Figura1].



Figura 1: tweet in cui l'Accademia annuncia l'intervento di Sabatini al Tg1

Il tweet condiviso e il conseguente intervento televisivo su Rai 1, però, non sembrano essere apprezzati da tutto il pubblico. Alcuni utenti continuano a giudicare in maniera negativa la posizione e le opinioni espresse da Coletti abbandonandosi, talvolta, a un linguaggio offensivo. La discussione sollevata si dimostra particolarmente partecipata in quanto, grazie alla preparazione scolastica e all'utilizzo quotidiano, chiunque pensa di avere la competenza sufficiente a conoscere le regole e le norme da seguire per un corretto uso della lingua italiana.

Emerge fin dal principio, in alcuni commenti, la polarizzazione di un gruppo di utenti rispetto alla questione centrale. Alcuni di questi continuano a sostenere con fervore le loro posizioni, fortemente in contrasto con quelle espresse dalla Crusca, senza nemmeno cercare di comprendere le motivazioni che stanno alla base delle osservazioni espresse da Coletti. Ad esempio, nel commento riportato in Figura 2, condiviso da un utente in risposta al tweet relativo all'intervento di

Sabatini al Tg1 [Figura1], si può vedere come questo tenda ad accentuare ed estremizzare il punto di vista dell'Accademia esprimendo reazioni di sdegno e indignazione.



Figura 2

Quello che accade in questo intervento è un tipico attacco che, nell'ambito dell'argomentazione digitale, viene paragonato alla creazione di un argomento del fantoccio. La tecnica consiste nel travisare il contenuto di un'affermazione; le parole espresse dall'altro vengono manipolate distortendo il significato che gli era stato attribuito inizialmente, con lo scopo di renderle più contraddittorie e attaccabili⁶⁶. Il commentatore produce al contempo un'estremizzazione e una generalizzazione. L'Accademia ha riconosciuto e concesso l'utilizzo dei verbi di moto alla forma transitiva, ma strettamente limitato a contesti popolari e soprattutto nel linguaggio parlato. Questa concessione avanzata dalla Crusca non sta sicuramente a significare che l'istituzione, da ora in poi, sdogani qualsiasi nefandezza, come invece suggerito dal commentatore. L'utilizzo di queste espressioni rimane di fatto ristretto a precise situazioni e non prevede comunque, entro altri contesti, alcun grado di tolleranza. L'obiettivo dell'Accademia, seppur difficile, è quello di studiare e verificare caso per caso l'andamento e le trasformazioni della lingua italiana, promuovendone il corretto utilizzo. Ciò alle volte significa anche constatare degli usi ormai consolidati all'interno del tessuto sociale, il che non per forza deve corrodere la purezza della lingua, come sembra sostenere il commentatore.

Inoltre, l'utente sembra fare ricorso anche all'utilizzo di giudizi sprezzanti facendo leva sul sentimento d'indignazione: "è una vergogna, un incentivo

⁶⁶ Walton Douglas, *Ad hominem arguments*, Alabama: University of Alabama Press, 1998. Capitolo: *Nonstandard system of classification*.

all'ignoranza [...] per me non avete più credito", allo scopo di screditare l'istituzione. L'utilizzo di questo espediente "bellico" si basa sul richiamo a un presunto non rispettare valori universalmente riconosciuti al fine di porre il soggetto con cui avviene l'interazione in una posizione inferiore poiché esso sembra in difetto dal punto di vista morale⁶⁷.

L'accademia non si lascia però trascinare dalle provocazioni che le vengono lanciate e risponde cercando di mantenere lo sguardo fisso sull'argomento. Riporta, attraverso una semplice frase, l'attenzione sull'articolo pubblicato fornendo all'utente, in risposta al commento in Figura 2, il link dove questo può essere consultato [Figura3].



Figura 3: primo tweet di replica dell'Accademia

L'utente preso in esame, nonostante il tweet della Crusca [Figura3], non intende però smuoversi dalla sua posizione iniziale e, negli interventi successivi, continua a rimarcare, anche in maniera insistente, il proprio punto di vista [Figura4]. Il tono dei commenti rimane sempre piuttosto aggressivo, l'utente si impone dando per scontato che la propria posizione sia quella corretta e che non possano esserci altri modi di vedere la questione nonostante l'Accademia abbia fornito nell'articolo numerose spiegazioni e cerchi, nei diversi tweet di replica, di argomentare le sue dichiarazioni.



Figura 4

⁶⁷Mastroianni Bruno, *Litigando si Impara*, op. cit. Capitolo: *sei modi di replicare applicati all'onlife*.

L'Accademia non desiste e, anche in maniera autoironica, attraverso l'impiego di meme fatti circolare in rete da altri utenti, ribadisce il suo punto fermo ovvero che "uscire il cane" va evitato in alcune situazioni [Figura5]. Riaffermando nuovamente l'importanza della lettura completa del testo scritto da Coletti. Molte indignazioni degli utenti nascono infatti dalla mera lettura dei titoli condivisi sui quotidiani online che, come anche accennato in precedenza, in questo caso risultavano totalmente fuorvianti nella comprensione della questione.



Figura 5: tweet ironico dell'Accademia

Avanzando lungo il thread della discussione si possono notare numerosi altri interventi di persone che, nonostante gli sforzi comunicativi e argomentativi della Crusca, non intendono negoziare le proprie posizioni. Questi utenti sono così polarizzati da non ascoltare nemmeno quanto viene espresso nei commenti di replica dell'Accademia o dei suoi sostenitori, continuando con durezza ad affermare le proprie ideologie e impedendo a chiunque di instaurare un dialogo.





Figura 6: interazione fra due utenti

Nella concatenazione di commenti riportati sopra [Figura6] possiamo osservare come lo stesso utente, anche in questo caso, esprime in maniera forte le sue posizioni. Attraverso l'utilizzo del "mi rifiuto", tipica dissociazione sintetica⁶⁸, posto all'inizio dell'intervento, chiude di fatto la strada a ogni possibile mediazione.

L'ultima osservazione "Povera lingua di Dante" allude a un deterioramento della lingua a seguito delle concessioni rilasciate dall'Accademia. Senza servirsi delle parole, la frase condivisa, implica che l'accettazione delle costruzioni grammaticali con verbo di moto e oggetto di persona vadano a deteriorare la lingua italiana, ritenuta ai tempi di Dante pura e incontaminata. Quest'espressione mette in cattiva luce il lavoro portato avanti dalla Crusca, sminuendone il prestigio.

Quando all'utente però viene posta una semplice domanda [secondo tweet, Figura 6]: ovvero se avesse letto ciò che veniva esposto nell'articolo da lui stesso commentato, egli nega sostenendo di non riferirsi a quello nel suo intervento. Il tutto, a occhi che osservano dall'esterno, risulta particolarmente incoerente con quanto affermato in precedenza e, d'un tratto, rende il commento privo di forza argomentativa. Il problema come in molti altri casi rimane quello dell'attenta e integrale lettura del testo pubblicato da Coletti, spesso in realtà mai nemmeno consultato.

⁶⁸ Mastroianni Bruno, *Litigando si Impara, op. cit. Capitolo: sei modi di replicare applicati all'onlife. Pp.83.*

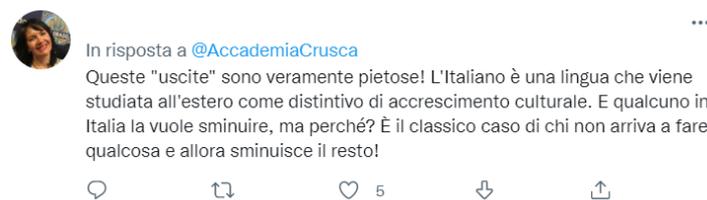


Figura 7

Si susseguono i commenti che evidenziano ancora una volta il lato più polarizzato del pubblico. Nel tweet sopra riportato [Figura7] l'utente in questione, con l'espressione "uscite pietose", tenta di svalutare il prestigio della Crusca. Il resto del commento è di difficile comprensione in quanto non si capisce esattamente a cosa l'utente stesso si stia riferendo con l'affermazione "è il caso di chi non arriva a fare qualcosa e allora sminuisce il resto!". Il ragionamento, privo di congruenza logica, sembra di fatto non altamente pertinente rispetto alla questione affrontata e di conseguenza perde anch'esso di forza argomentativa.

Nemmeno l'ironia messa in campo dall'Accademia [Figura3] sembra funzionare e fare breccia tra il pubblico più polarizzato. I commenti di chi in maniera ferma si contrappone al suo punto di vista continuano infatti ad affollare la discussione.

Si riportano di seguito i tweet condivisi da due diversi utenti. Il primo [Figura8] presenta, come già visto in una situazione analoga, una generalizzazione, sostenendo che una concessione simile renderà le persone più propense ad approfittare delle stesse espressioni anche in contesti in cui, per la loro natura, dovrebbero essere evitate.



Figura 8

Il secondo, invece, [Figura9] esprime un secco rifiuto verso le dichiarazioni avanzate dalla Crusca, creando una spaccatura più profonda e sostituendosi personalmente al ruolo dell'istituzione, come se egli avesse le capacità e le conoscenze necessarie per decidere da sé come è meglio usare la lingua.



Figura 9

I commenti degli utenti non si riferiscono però solo alla questione presentata, ma anche alla gestione del conseguente chiasso mediatico che questa ha suscitato.



Figura 10

Il tweet sopra riportato [Figura 10] colpevolizza la Crusca facendola passare per la responsabile della confusione creatasi. Questo tipo di attacco, che potrebbe essere considerato un “tu quoque”⁶⁹, risulta essere pertinente grazie alla sua formulazione. Ciò che si nasconde fra le righe della frase condivisa, parafrasabile così: “proprio tu, Accademia, che sei la paladina della lingua italiana, quando si tratta di sapersi spiegare in maniera chiara ed efficace, finisci per creare una grande confusione”.

Questo tipo di commento, agli occhi inesperti di un qualsiasi utente, risulta essere molto efficace. La pertinenza dell’attacco, che segue in effetti un filo logico coerente, mette in crisi le fondamenta su cui si basa il prestigio dell’istituzione. In questo caso non bisogna però lasciarsi prendere dall’impulsività, vanno sempre tenuti in considerazione i vari aspetti della vicenda. La colpa, infatti, non ricade direttamente sull’Accademia, che può aver peccato di chiarezza, ma più precisamente è attribuibile ai diversi quotidiani che, travisando le sue dichiarazioni, hanno seminato indignazioni e polemiche, nonché sugli utenti

⁶⁹ Amossy Ruth, *L'argomento “ad hominem”: riflessioni sulle funzioni della violenza verbale*, in *Saggio*, n. 3, 2010. Pp. 58-59.

stessi che hanno alimentato le proteste commentando senza aver letto attentamente la considerazione di Coletti.

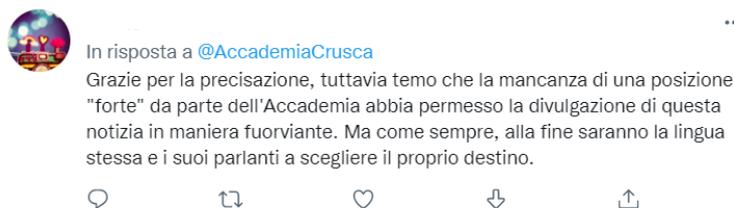


Figura 11

Come si può vedere nel tweet riportato in Figura 11, un altro utente critica il modo in cui l'Accademia ha esposto le sue dichiarazioni. Secondo quanto affermato nel commento, il problema fondamentale sta nel non aver fin da subito preso una posizione definitiva riguardo all'interrogativo che i lettori hanno avanzato alla Crusca. Ciò ha infatti reso possibile la divulgazione della notizia in modo fuorviante.

Premettendo che in questa situazione una posizione definitiva non poteva essere presa poiché tutto si gioca sul contesto e quindi accettazione o la negazione delle forme grammaticali varia di caso in caso, l'osservazione rimane comunque lecita. Al contrario dell'utente precedente si può notare come quest'ultimo utilizzi un tono più pacato e diplomatico nell'esporre la sua opinione. La frase conclusiva inoltre suggerisce come alla fine anche lui sia d'accordo con quanto sostenuto dall'Accademia perché la lingua non la fanno tanto le norme quanto più i parlanti.

Si può osservare ora l'ultimo caso [Figura12] scelto tra i più significativi all'interno della categoria dei commenti polarizzati. Questo utente riduce quanto sostenuto dalla Crusca a un paragone forzato. La similitudine c'è perché il meccanismo è corretto, l'accettazione espressa dall'Accademia per quanto riguarda l'utilizzo di espressioni quali "esci il cane" o "siedi il bimbo" si basa di fatto sulla constatazione che, nei contesti popolari, queste vengano ampiamente usate. Le due questioni poste a confronto, ovvero la lingua e la sfericità della terra, sono però molto differenti e distanti. Se la prima è qualcosa di vivo e

continuamente in evoluzione, la seconda è un dato di fatto scientificamente provato.

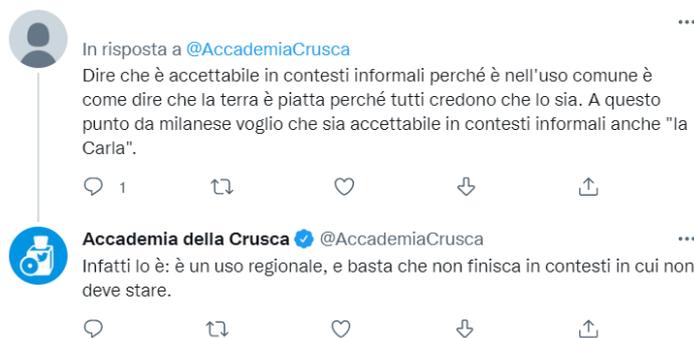


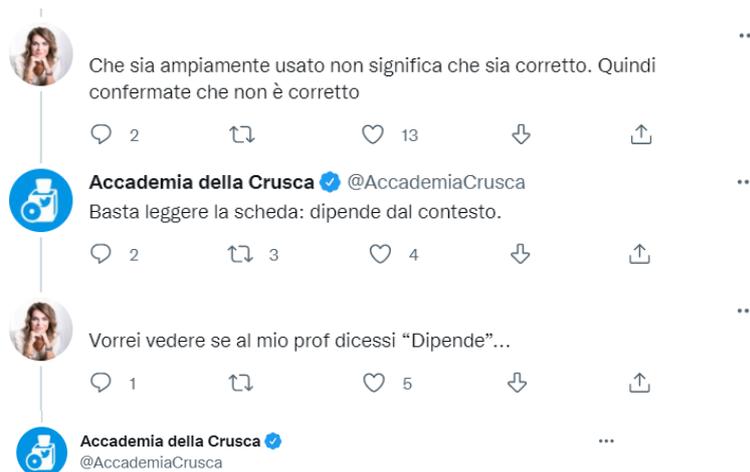
Figura 12

Il soggetto coinvolto, dopo il paragone non totalmente riuscito, attraverso l'ultima affermazione lanciata come sfida all'Accademia, finisce per perdere ancora di più la sua influenza dando a chi osserva l'impressione che egli non sia totalmente a conoscenza dell'argomento di cui tratta. La Crusca, invece, con la sua risposta, riacquista prestigio di fronte agli spettatori ripristinando anche la sua autorevolezza.

A intervenire nel flusso della discussione però non vi sono solamente persone polarizzate. Alcune di quelle che verranno osservate tra poco appartengono a posizioni più mitigate e, nonostante le loro convinzioni, rispondono agli stimoli offerti, instaurando un confronto. Si potrà assistere dunque a delle interazioni più moderate, dove gli utenti che twittano rispondono alle repliche dell'Accademia o degli altri individui che intervengono a suo sostegno, provando a sostenere i loro punti di vista, ma lasciando comunque spazio per far entrare in gioco i punti di vista e le prospettive dell'altro.

Ad esempio quest'interazione [Figura13], correlata al primo tweet condiviso dalla Crusca riguardo all'intervento di Sabatini al Tg1 [Figura1].





Non a caso, Sabatini ha detto che i docenti devono continuare a correggerlo.

9:18 PM · 27 gen 2019 · Twitter for Android

Figura 13: botta e risposta fra Accademia ed utente

Come si può osservare, dalla discussione riportata sopra, l'utente in questione rivolge una domanda precisa con un tono piuttosto insistente, veicolando, attraverso la conclusione "A me sembra allucinante", un certo sdegno riguardo quanto letto nell'articolo citato. L'Accademia coglie la palla al balzo e cerca di spiegare, in maniera più esaustiva possibile, la situazione ponendo grande accento sulla chiave di lettura ovvero la differenza di contesto.

Nonostante gli sforzi argomentativi, però, l'utente sembra non voler cedere pur di ottenere una conferma definitiva. La Crusca replica invitando nuovamente l'interlocutore a un'attenta lettura e sottolineando che la correttezza delle espressioni dipende dal contesto di utilizzo, non esiste quindi una risposta risolutiva. L'utente non soddisfatto dall'incapacità dell'Accademia di prendere una posizione decisa, risponde in maniera seccata, come se non ammettesse la possibilità che vi possano essere vie di mezzo. La replica della Crusca non tarda ad arrivare, confermando in ultima istanza le convinzioni portate avanti dall'utente nel corso della discussione.

Nonostante la situazione di per sé non si sia risolta, poiché di fatto viene confermata la necessità di valutare il contesto, l'interazione si conclude con il like dell'utente che in primo luogo aveva rivolto la domanda all'Accademia. Non vi sono risposte dirette che confermino la totale accettazione delle parole espresse

dalla Crusca, ma il like all'ultimo commento può essere inteso come una risoluzione del quesito posto inizialmente e una chiusura pacifica della conversazione.

Probabilmente l'utente stesso, dopo aver messo alle strette l'istituzione, è rimasto soddisfatto della conferma ricevuta rispetto alla domanda di partenza. Il suo obiettivo sembra essere stato infatti quello di avere una dimostrazione concreta del fatto che l'utilizzo di queste espressioni viene considerato generalmente scorretto, nonostante in realtà la risposta affermativa dell'Accademia riguardava un caso specifico che escludeva una serie di altri contesti entro cui queste espressioni, come si è potuto vedere, vengono accettate.



Comunque, per completezza, i dizionari si scrivono con l'ausilio della statistica. La quale analizza l'uso vivo di una lingua.

12:34 PM · 27 gen 2019 · Twitter for Android

Figura 14

Nel tweet riportato in Figura 14 si assiste ad un altro attacco contro l'Accademia. L'utente che commenta non si trova propriamente d'accordo sulla concessione d'uso delle espressioni "esci il cane" e "siedi il bimbo", seppur all'interno di contesti informali e popolari. Non ritiene corretto che le norme e le regole della lingua italiana non vengano stabilite da autorità competenti ma, al contrario, vengano influenzate dall'utilizzo che i parlanti fanno della lingua stessa. Egli crede che alcune espressioni, quando sbagliate, anche se utilizzate da un gran numero di persone, debbano essere ammonite al fine di preservare la purezza originale dell'italiano. Getta poi una provocazione subdola: "tanto vale scrivere i dizionari con il televoto".

Inizialmente potrebbe sembrare paradossale, eppure la replica dell'Accademia, rovescia il punto di vista dell'utente, rendendo quella che fino poco prima sembrava una cosa impossibile, totalmente sensata. La statistica, come essa stessa spiega, è utile per monitorare e studiare l'uso vivo della lingua così da avere sempre un riscontro della sua evoluzione.

Seppur il commentatore, a differenza dei precedenti, sembra rientrare fra i più polarizzati, questa interazione è molto importante per quanto riguarda la maggioranza silenziosa. Come si potrà vedere in altre situazioni, infatti, l'Accademia sfrutta alcune domande e affermazioni avanzate dagli utenti, alle volte anche da quelli più polarizzati, a suo favore. Tenendo conto della fetta di pubblico che, seppur nascosta, osserva ininterrottamente le discussioni che avvengono online, risponde in maniera chiara ed efficace alle varie provocazioni sfruttando l'occasione per divulgare informazioni sulla lingua.

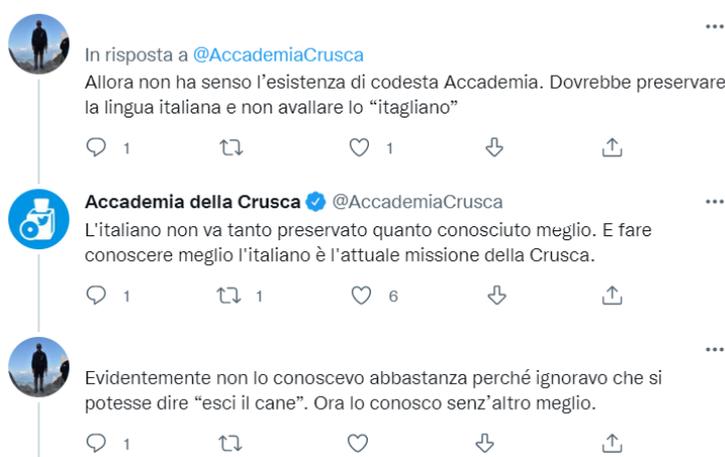


Figura 15

All'ultimo commento pubblicato dall'Accademia nel confronto precedente in Figura 14 si aggancia quello di un altro utente [Figura 15] che, vista la grande responsabilità lasciata in mano ai parlanti, sostiene l'inutilità dell'istituzione in quanto questa, invece di preservare la lingua, rischia di snaturarla mediante la concessione di nuove espressioni. La Crusca, accolta la provocazione, ribadisce fermamente qual è il suo compito: quello di studiare e osservare le variazioni linguistiche che avvengono nel tempo al fine di conoscerla e farla conoscere meglio; dunque, non solamente quello di preservarla intatta.

La replica finale dell'utente sebbene sembri avere toni ironici, fa intuire che egli abbia compreso il ruolo dell'istituzione e ne riconosca, a questo punto, la funzione. Con l'osservazione: "ignoravo che si potesse dire esci il cane" la sua posizione però rimane poco chiara. Da un lato la sentenza potrebbe essere considerata una vera ammissione di colpa, ovvero quella di non conoscere che questa espressione è accettata nel linguaggio parlato e popolare, dall'altro può sembrare contenga però una lieve vena di sarcasmo, come se il suo errore di valutazione fosse dovuto all'espressione stessa, così indegna da non poter essere considerata parte dell'italiano.

In ogni caso questa volta non risultano esserci like o altri segnali dell'utente che confermino l'accettazione di quanto espresso dall'Accademia, in linea di massima, comunque, lo scambio d'idee ha avuto luogo e la chiusura sembra intuire che la posizione di rifiuto iniziale dell'utente si sia, per lo meno all'apparenza, mitigata.



Figura 16

Lo scambio di Figura 16 risulta essere molto interessante ai fini dell'analisi che si sta svolgendo. Il primo utente a commentare sembra appartenere alla

“zona grigia”, non è totalmente contro le dichiarazioni della Crusca e nemmeno fermamente convinto di ciò che essa sostiene. Afferma inizialmente che le espressioni concesse non gli piacciono ma, al contrario di altri, non si ferma qui e cerca di trovare una spiegazione che ne giustifichi l’utilizzo.

Fa notare che in altre lingue le costruzioni con verbi di moto e oggetto diretto sono già presenti all’interno delle norme, suppone così che il loro utilizzo sia spinto da una necessità a rendere transitiva l’azione. L’Accademia incoraggia il suo ragionamento fornendo altre argomentazioni e delucidazioni, è infatti normale che proprio nella lingua parlata, e quindi a livello pratico, i parlanti cerchino di supplire alle mancanze e alle limitazioni dettate dalle norme nell’italiano scritto.

Non appena un’altra persona si aggiunge alla discussione disprezzando la resa armoniosa dell’espressione “uscire il cane” e sostenendo che sia scorretto utilizzare alla forma transitiva verbi di norma intransitivi, l’utente prende subito le veci dell’Accademia. Inizia col dare ragione all’oppositore, cercando successivamente con leggerezza di innescare in esso una riflessione attraverso domande aperte che, in primo luogo pone a sé stesso. Dà l’idea, così, di non voler imporre una visione, ma semplicemente cercare una risposta, meditando su cosa rende transitivo un verbo e su quanto la tradizione condizioni il modo di parlare ed esprimersi di un popolo intero. È possibile che sia proprio l’abitudine ad ascoltare un verbo utilizzato in un certo modo a farlo suonare così stridente quando viene accostato a un complemento diverso? L’interrogativo rimane aperto e spinge chiunque lo legga, ovvero tutti gli appartenenti alla maggioranza silenziosa, a riflettere su quanto letto.



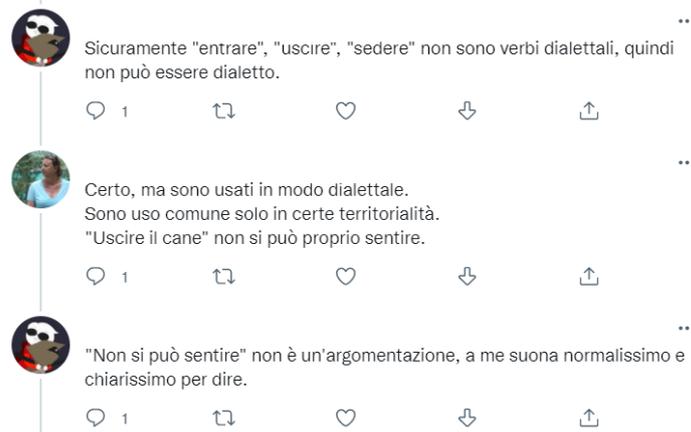


Figura 17

Nell'interazione in Figura 17 emerge in maniera spiccata l'importanza ricoperta dai sostenitori dell'Accademia, essi infatti finiscono per prendere le sue difese ogni qualvolta non è l'istituzione a rispondere ai tweet, portando avanti le sue posizioni.

La discussione presa in esame sembrerebbe partire da un'incomprensione di un utente (A) che, in risposta al primissimo tweet della Crusca [Figura 1], chiede conferma della provenienza dialettale delle espressioni attorno alle quali ruota l'intera polemica. Questo utente (A) sembra non capacitarsi di come queste possano essere considerate italiane, tutto ciò per lui acquisirebbe senso solamente se esse appartenessero al dialetto, ritenuto una distorsione della lingua generalmente in vigore.

L'altro utente (B), quello che condivide la posizione dell'Accademia, tenta di spiegare con semplicità che anche quelle espressioni fanno parte dell'italiano, in quanto non vi sia un sostanziale cambio di pronuncia, la differenza sta nella costruzione grammaticale: i verbi "sedere e uscire" sono a tutti gli effetti italiani. L'utente B fa leva sulla presenza di diversi tipi di italiano, fra i quali rientra anche quello regionale, dove l'impiego di queste espressioni viene concesso.

L'interlocutore A ribatte sostenendo che queste espressioni vengono utilizzate solamente in alcuni territori precisi, concludendo che, secondo il suo parere, "non si possono proprio sentire". La replica dell'utente B arriva netta: la musicalità delle espressioni non può essere considerata un argomento solido,

certamente ad alcuni potrà suonare meglio che ad altri, ma non dovrebbe comunque essere una discriminante nel decidere se accettare o meno queste espressioni all'interno dell'italiano popolare.



Conviene leggere quanto c'è scritto nella scheda che tutti stanno citando (senza leggerla fino in fondo!): accademiadellacrusca.it/it/lingua-ital...

3:02 PM · 27 gen 2019 · Twitter Web Client

Figura 18

Proseguiamo con un caso più particolare [Figura18], questa volta è l'Accademia stessa a compiere un errore nella valutazione della situazione che le si presenta di fronte, questo porterà però all'instaurarsi di una dinamica particolarmente interessante.

Un utente commenta in modo ironico il tweet dell'Accademia [Figura1] sostenendo che la notizia dell'accettazione dell'utilizzo di "scendi il bimbo" ed "esci il cane" ha mandato in prognosi riservata GrammarNaziIT⁷⁰, profilo social che corregge l'utilizzo scorretto della lingua e non sopporta che questa venga storpiata. Risulta essere chiaro a chi conosce l'account che il commento dell'utente è stato scritto in maniera ironica.

La Crusca, probabilmente presa dall'estenuante lavoro di replica, non sembra aver colto il sarcasmo del tweet oppure, per precisare nuovamente la sua posizione visto l'utilizzo del generico "si possono usare", non del tutto corretto, consiglia di leggere fino in fondo quanto riportato nell'articolo di Coletti.

⁷⁰ Profilo Twitter di Grammar Nazi Italia: <https://twitter.com/GrammarNaziIT>.

L'Accademia non è l'unica a non cogliere l'ironia, un altro utente commenta il primo tweet [Figura18] esprimendo comunque, con delicatezza e garbo, il suo punto di vista, volendo precisare quel "si possono usare", non del tutto corretto. Arriva subito la risposta dell'utente chiamato in causa, che si vede costretto a spiegare la vena ironica del suo tweet ispirato al "titolone" pubblicato da Repubblica, al fine di evitare ulteriori malintesi.



Figura 19

La svolta accade però quando il quarto utente commenta cogliendo finalmente l'ironia del primo tweet e replicando anch'egli con sarcasmo alludendo ad una possibile introduzione di "titolite" nel vocabolario, intesa come la malattia che porta a scrivere titoli di giornali esagerati [Figura 19]. L'utente che in maniera scherzosa aveva commentato inizialmente, si sente così finalmente compreso, ringrazia l'altro utente per essere stato al gioco e così l'ordine viene ristabilito senza che questo piccolo inciampo incrina la relazione che lo legava all'Accademia.

Di fatto in questo caso i sostenitori della Crusca si sono rivelati fondamentali per risollevare l'animo di una discussione che poteva rischiare lacerare il rapporto fra istituzione e utenti.

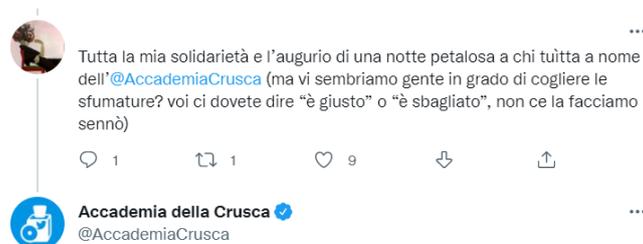


Figura 20

Situazione analoga a quella riscontrata nell'interazione precedente è quella riportata nella Figura 20. L'utente commenta in modo ironico il tweet dell'Accademia [Figura1] esprimendo riconoscenza verso chi, a nome della Crusca, risponde ai dubbi e ai quesiti che gli vengono sottoposti dai diversi utenti. Conclude il suo intervento con un insulto velato rivolto a coloro i quali non comprendono la situazione e vogliono ottenere una risposta netta che identifichi in maniera definitiva se l'utilizzo di quelle espressioni è giusto o sbagliato. Tutto ciò avviene, anche se sotto forma di critica agli utenti più polarizzati, in maniera ironica. L'Accademia in questo caso sembra coglierla e, smorzando i toni, ne approfitta, ancora una volta, per riportare l'attenzione sull'argomento. Prende la palla al balzo e ribadisce che, quando si trattano questioni relative alla lingua, non sempre possono risolversi con un semplice è giusto o sbagliato poiché essa è piena di grigi. L'intervento della Crusca viene apprezzato e l'interazione si conclude con il like dell'utente al commento dell'Accademia.

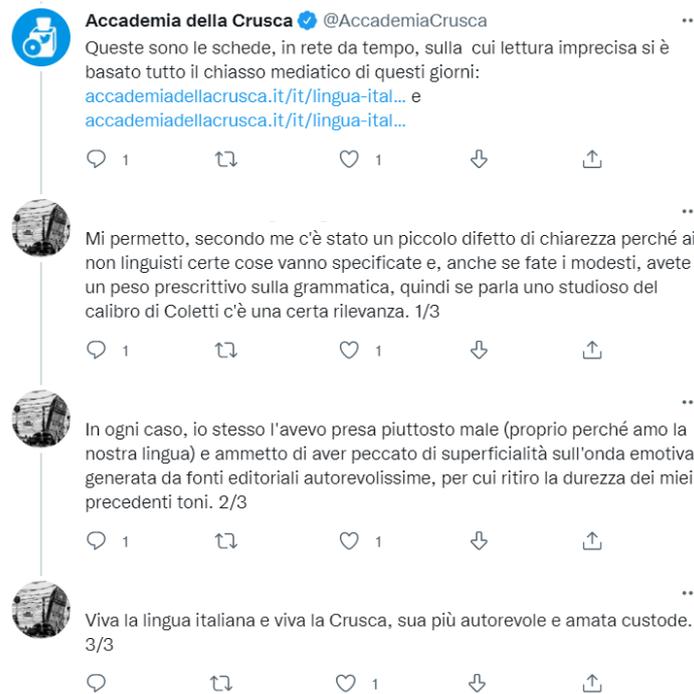


Figura 21

Altro caso interessante è quello in cui, come possiamo vedere dal thread riportato [Figura21], un utente, esponendo le sue idee rispetto al modo in cui l'Accademia ha esposto le sue dichiarazioni e successivamente gestito il chiasso mediatico, arriva autonomamente a una conclusione. Con toni calmi, pacati e rispettosi, espone la sua opinione sostenendo che ci sia stato in principio un difetto di chiarezza cosa che, da un'istituzione con un certo peso nel panorama italiano, non ci si aspetterebbe. Data quindi la rilevanza della Crusca, l'utente ritiene normale che si sia innescato il chiasso mediatico. Prosegue poi però ammettendo i suoi errori: preso dalla spinta emotiva legata alla questione, ovvero l'italiano, si scusa dei toni utilizzati nel tweet precedente e, nel successivo, loda ed ineggia la lingua e l'Accademia come sua autorevole custode.

In questa discussione, che sembra quasi essere avvenuta nella testa dell'utente, si può cogliere un aspetto molto importante emerso nel primo capitolo: la pubblicazione del commento è avvenuta sulla scia emotiva innescata dai titoli dei quotidiani e resa più pressante dal valore affettivo che la lingua ricopriva per l'utente stesso. Come dimostra questa interazione, il soggetto coinvolto è stato capace di riacquistare lucidità, mantenendo l'attenzione rivolta

verso l'argomento. Staccandosi da sé è stato infatti capace di osservare la questione dall'esterno, ritornando sui propri passi e ammettendo i suoi errori.

Arriviamo dunque, dopo aver superato i commenti legati alla zona grigia, a quelli di apprezzamento e riconoscenza condivisi dagli utenti a favore dell'Accademia.



I commenti [Figura 22 e 23], seppur di utenti diversi, risultano essere simili: pacati nei toni, cordiali e calorosi nell'esposizione dei rispettivi punti di vista. Entrambi gli individui lodano il lavoro e la perseveranza impiegata dalla Crusca nel tentare di risolvere i vari dubbi sorti fra l'opinione pubblica, ricoprendola di complimenti e affermando il suo prestigio. Non vi è la certezza però che questi utenti siano polarizzati a favore dell'Accademia, i loro commenti riportano infatti solo osservazioni legate all'istituzione in sé e al suo operato, tralasciando l'argomento della discussione. Non si può sapere, leggendo i tweet se essi siano a concordi o meno per quanto riguarda l'utilizzo dei verbi intransitivi alla forma intransitiva in contesti di italiano popolare e regionale. Sono quindi da considerarsi come dei meri segnali di apprezzamento e devozione rivolti all'Accademia.

Conclusa la carrellata di tweet presi in considerazione nel corso dell'analisi è necessario ricapitolare quanto osservato. Il caso esaminato ha confermato, innanzitutto, la tendenza degli individui, quando posti dinnanzi a una questione, a muoversi in diverse direzioni in base alle loro opinioni e, alle volte, spinti da

fattori sociali. Sono stati infatti riscontrati dei fenomeni di polarizzazione, quasi sempre contro le dichiarazioni rilasciate dalla Crusca.

Il dialogo con questi soggetti è risultato essere molto più difficile e complesso, vista la forte opposizione dimostrata dagli utenti e non ha comunque portato a grandi effetti all'interno del pubblico più polarizzato. Al contrario, gli altri commenti analizzati hanno mostrato la presenza all'interno della maggioranza silenziosa di una "zona grigia", un gruppo di individui che decidono di partecipare al dibattito, nonostante non posseggano posizioni dominanti, al fine di chiarire le idee o comprendere meglio determinate questioni.

Capitolo 3

Considerazioni

Gli stralci estratti dalla concatenazione di commenti possono fare da base per analizzare alcune tendenze che si instaurano fra gli utenti durante un'interazione online. Il fatto preso in considerazione fornisce infatti spunti di riflessione capaci di illustrare alcuni meccanismi che si celano dietro il fenomeno delle polarizzazioni, già teoricamente inquadrato in precedenza.

Seppur appartenenti a una specifica situazione, le attitudini riscontrate negli individui che hanno partecipato al confronto, possono dare una proiezione abbastanza realistica di quali sono i comportamenti solitamente assunti dai diversi soggetti coinvolti in uno scambio d'opinioni. In questo caso la conformazione del pubblico si rivelerà molto più complessa di quanto non venga realmente percepita.

Come già osservato, infatti, la discussione fa emergere, oltre che la presenza di un cospicuo e omogeneo gruppo di polarizzati contro quanto sostenuto dall'Accademia, una certa rappresentanza della "zona grigia". La tesi espressa nel primo capitolo parrebbe quindi trovare un riscontro. Se solitamente gli appartenenti alla maggioranza silenziosa osservano da lontano le discussioni senza intervenire direttamente, vi è comunque una minoranza all'interno di questo gruppo che, al contrario degli altri, decide di esporsi e condividere le proprie idee e posizioni. L'argomentazione rimane sempre al centro della questione e si riconferma fondamentale nella buona riuscita o meno della discussione. Mettere in campo una politica di replica chiara, immediata ed

efficace permette di gestire eventuali malintesi contenendone i danni, raggiungendo la parte più indecisa dell'opinione pubblica.

Ripercorrendo la discussione appena analizzata ne verranno evidenziati e sottolineati i tratti più salienti allo scopo di identificare e definire più in dettaglio il fenomeno delle polarizzazioni e indagare la presenza della "zona grigia". Verranno dunque ricercate delle caratteristiche ricorrenti che possano definirla per aiutare a comprendere meglio quali siano le sue potenzialità all'interno delle discussioni. L'analisi inizierà dai commenti più polarizzati, fra questi verranno ricercati i pattern ricorrenti con lo scopo di definirne meglio le peculiarità e caratteristiche. Successivamente verrà posta l'attenzione sulla "zona grigia", analizzando le diverse dinamiche che si sono instaurate fra gli utenti al fine di comprenderne le potenzialità. In conclusione, verranno esaminate le repliche fornite dall'Accademia della Crusca, ne verranno definiti i punti di forza e gli effetti suscitati sul pubblico.

3.1 Irreversibilmente polarizzati

Tra i primi commenti riportati e analizzati nel secondo capitolo si può facilmente identificare una tendenza al contrasto, mosso verso l'Accademia, di un discreto numero di utenti. Confrontando i diversi tweet fra loro emergono subito dei tratti comuni, nitidi e chiari, che li contraddistinguono dagli altri.

Il primo elemento ricorrente che si riscontra in quasi tutti questi commenti è il rifiuto, rivolto verso il punto di vista opposto. Questo forte dissenso alcune volte è espressamente presente mediante una dissociazione sintetica, per esempio "no, non sono d'accordo", mentre in altre si nasconde fra gli impliciti risultando meno evidente [Figura7]. Che sia esplicito oppure implicito, il deciso distacco da pareri in contrasto col proprio, si trasforma in un insormontabile ostacolo alla discussione. La necessità impellente è quella di creare una solida barriera che impedisca all'altro, il diverso, di intaccare le proprie convinzioni.

Come osservavamo nel primo capitolo, infatti, l'istinto primario degli individui, di fronte alla diversità dell'altro è quello di chiudersi nel loro mondo e,

rimarcandone fortemente i confini, evitare il confronto⁷¹. Questo rituale di chiusura, oltre a creare distanza dagli interlocutori, rende gli utenti più ostili e soprattutto restii ad ascoltare il punto di vista che, chi interagisce con loro, sostiene.

Espressioni come: “L’italiano corretto è UNO SOLO!! [...] tutto il resto non è italiano” [Figura 4] in cui il soggetto ricorre al maiuscolo, come stesse urlando; “Per me non avete più credito” [Figura 2]; “mi rifiuto” [Figura 6]; “la lingua italiana me la curo da me” [Figura 9]; implicano la volontà non solo di prendere le distanze, ma anche quella di predominare sul pensiero dell’altro. Così facendo si escludono categoricamente le altre possibili interpretazioni, sostenendo la propria come l’unica possibile e rendendo infattibile la creazione di un dialogo costruttivo.

Tra gli stessi tweet si è potuto assistere a dei casi in cui, nonostante l’intervento di altri utenti, i commentatori non hanno nemmeno considerato l’ipotesi di mettere in discussione le proprie posizioni, deviando rapidamente dall’argomento [Figura 6]. Questi individui rientrano a tutti gli effetti nella categoria che abbiamo definito “polarizzata”, sono quindi inclini a sostenere la propria posizione a ogni costo, contrastando le idee e le opinioni opposte. Il rischio maggiore di questa fetta di pubblico, come accennato, è quello di diventare impermeabile. Ciò che non conferma direttamente la loro idea, non solo viene completamente ignorato come se non esistesse, ma finisce per convincerli che il loro modo di vedere le cose sia quello corretto, fomentando visioni solitamente troppo estremizzate.

Si può osservare però un’ulteriore caratteristica che accomuna tutti questi utenti. Ognuno di loro mette in campo delle azioni che, dal punto di vista della relazione, rompono violentemente il legame con la persona coinvolta nell’interazione, rendendo impossibile il confronto. Ogni discussione si sviluppa infatti non solo sul piano del contenuto ovvero l’argomento su cui si basa la

⁷¹Mastroianni Bruno, *La Disputa Felice*, op. cit. Capitolo: *Incontri dell’altro mondo*.

discussione, ma anche sul piano della relazione che i due interlocutori stringono nel corso della conversazione⁷².

Nei commenti esaminati emergono alcuni attacchi ed espedienti utilizzati dagli utenti più polarizzati per prendere le distanze sul piano della relazione da chi sostiene posizioni opposte alle loro. Fra questi si è visto l'utilizzo dell'argomento del fantoccio [Figura 2]: quando le parole dell'altro vengono travisate, modificate ed estremizzate al fine di renderle più facilmente attaccabili⁷³. Sono stati incontrati i giudizi sprezzanti [Figura 2 e 7], utilizzati per mettere in cattiva luce le idee dell'altro appellandosi a valori universalmente riconosciuti, senza preoccuparsi di fondarli su ragioni o prove⁷⁴. In ultimo abbiamo assistito all'utilizzo di attacchi "ad hominem" ovvero diretti alla persona, in particolare il "tu quoque" [Figura 10] che utilizza una caratteristica della persona attaccata per far notare delle discrepanze tra ciò che sostiene idealmente e le sue azioni⁷⁵. Il coinvolgimento in prima persona delle sue qualità o dei suoi difetti ha l'obiettivo di fare più presa su chi ascolta nello sfidare la reputazione e la credibilità dell'attaccato.

Tutte queste modalità d'interazione vengono solitamente impiegate per sminuire l'altro e renderlo meno qualificato agli occhi di chi osserva, compromettendo la forza del suo argomento. Se non gestiti in maniera corretta, infatti, possono logorare la relazione sfociando in veri e propri litigi⁷⁶. L'obiettivo di tali espressioni è, in questo caso, quello di dominare l'avversario per abbassare il valore degli argomenti da lui sostenuti, dimostrando che i propri sono moralmente più elevati e di conseguenza corretti.

⁷² Wzlawick Paul, *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi*. Roma: Austrolabio Ubaldini, 1978. Capitolo: Quarto assioma: comunicazione numerica e comunicazione analogica.

⁷³ Cattani Adelino, *Botta e risposta. L'arte della replica*. Bologna: il Mulino, 2001. Pp.180.

⁷⁴ Mastroianni Bruno, *Litigando si impara*, op. cit. Capitolo: Sei modi di replicare applicati all'onlife: prima mossa: ignorare.

⁷⁵ Amosy Ruth, *L'argomento "ad hominem": riflessioni sulle funzioni della violenza verbale*, op. cit. Pp. 58-59.

⁷⁶ D'Errico Francesca, Poggi Isabella, *Aggressive language and insults in digital political participation*, in *Proceedings of Multiconference on computer science and Information systems: Web Based Communities and Social Media*. Lisbona: University of Lisbon, 2014. Pp. 105-114.

Interessante, ai fini dell'analisi, è anche il commento di un utente che conferma, attraverso la sua esperienza, l'importante ruolo della pressione sociale che spinge gli individui a posizionarsi durante una discussione. Egli stesso ammette nel suo secondo tweet [Figura 21] di essere stato troppo duro nei confronti dell'istituzione, "sull'onda emotiva generata da fonti editoriali autorevolissime".

Inizialmente sembrava che questo utente si fosse scagliato contro l'Accademia colpevole di aver peccato di mancanza di chiarezza. Al contrario, successivamente, riconosce il suo errore, favorito e influenzato dalla vicinanza dell'argomento trattato, ovvero la lingua, e dai titoli di giornale fuorvianti. Benché si attribuisca poi la negligenza riconoscendo la superficialità impiegata nella consultazione degli articoli, si può affermare che in minima parte il chiasso mediatico scatenato e la pressione sociale percepita dal polemizzare degli altri, abbiano influito nella sua percezione della questione.

Il contesto, dunque, all'interno del quale si viene raggiunti fa la differenza. In questo caso il rischio di polarizzare e creare ancora più scompiglio all'interno di un ambiente già saturo di polemiche è stato sfiorato. Fortunatamente l'utente in maniera autonoma, tornando sui propri passi, ha rivalutato la sua posizione riuscendo a riacquistare lucidità rispetto alla questione.

Come si è visto dunque, indipendentemente dal modo in cui le polarizzazioni si originano e successivamente sviluppano, il problema principale di questo gruppo di persone sta nell'incapacità di creare un dialogo costruttivo che le porti ad aprirsi al confronto e valutare anche altri punti di vista.

La tendenza comune riscontrata nell'analisi è quella di rifiutare nettamente le prospettive di chi ha pareri diversi, rompendo in maniera spesso irreversibile il legame relazionale che li connette ai loro interlocutori. L'incapacità di aprirsi all'ascolto e al confronto, escludendo a priori la possibilità di apprendere nuove prospettive, rende inutile ogni sforzo argomentativo che verrebbe sicuramente respinto portandoli ad un'ulteriore chiusura all'interno del loro mondo.

3.2 L'emergere della "zona grigia"

Non tutti gli individui si polarizzano. Alcuni utenti, seppur con le loro tendenze, si stabilizzano all'interno di una specie di "terra di mezzo" dove mantengono le loro idee ed opinioni, ma si dimostrano anche aperti a prendere in considerazione altri punti di vista. Anche le modalità d'espressione risultano essere meno aggressive, non vi è l'utilizzo di dissociazioni sintetiche che esprimono il netto rifiuto delle opinioni dell'altro e i toni sono più miti e pacati.

Riprendendo il tweet analizzato poco fa [Figura 21] si può osservare, come l'utente, in maniera autonoma, partendo da una considerazione personale a primo acchito facilmente confondibile con un intervento polarizzato, attraverso un flusso di coscienza quasi interiore, arriva a riconfermare il ruolo ricoperto dall'Accademia, inizialmente leggermente screditato. Egli, dopo essersi fatto sopraffare dalle notizie riportate sui giornali e dal legame affettivo alla lingua, ammette di aver commesso un errore valutativo e ripristina la sua stima nei confronti della Crusca.

L'interazione risulta essere molto singolare, e offre una prospettiva interna al modo di pensare e ragionare di un utente che non si trova schierato da nessuna delle due parti. Interessante è anche la vena riflessiva che caratterizza il soggetto e la sua volontà, forse per evitare ad altri di cadere nello stesso errore, di condividere le sue considerazioni.

Un altro esempio è quello fornito dal tweet [Figura 16] dove un utente, pur esprimendo una disapprovazione basata sul suo gusto personale ("sentir dire uscire il cane mi fa venire la pelle d'oca") passa oltre e cerca di capire invece il motivo che sta alla base dell'utilizzo ricorrente di queste espressioni nel linguaggio parlato, trovando delle analogie con altre lingue.

Dopo un chiarimento da parte dell'accademia che gli fornisce ulteriori dimostrazioni, lo stesso utente si convince ancora di più delle sue supposizioni. In risposta a un commento negativo avanzato da un'altra persona, attraverso delle domande che sembra in primo luogo porre a sé stesso ("Ma cosa sancisce la transitività o meno di un verbo? [...] Non sarà che dopo è solo tradizione?")

l'utente invita il suo interlocutore a riflettere assieme a lui. Chiunque a questo punto leggendo i suoi tweet viene coinvolto nella discussione e incoraggiato a ragionare sulla questione, magari mettendo anche in dubbio le proprie idee.

Questi due sono i casi in cui emerge in maniera molto evidente la natura e le caratteristiche proprie di quella che stiamo definendo "zona grigia". Come dimostrato gli individui appartenenti a questa categoria risultano essere riflessivi e introspettivi, si pongono delle domande e si interrogano sulla validità delle loro convinzioni.

Anche gli altri esempi riportati nel secondo capitolo, alcuni dei quali verranno ripresi a breve, mostrano utenti aperti al dialogo, capaci di interagire con altre persone nonostante non sempre condividano con loro idee ed opinioni. Molte volte questi fanno ricorso all'ironia [Figura 18, 19 e 20] per esporre i loro punti di vista senza risultare troppo rigidi e imporsi sulle altre prospettive. Questo rende i loro interventi più leggeri e meno marcati rispetto a quelli degli utenti polarizzati.

Altra caratteristica da tenere in considerazione è la voglia di intervenire nella discussione per mettersi in discussione e contribuire al confronto costruttivo fornendo visioni differenti da quelle già prese in considerazione. Il filo conduttore che unisce gli appartenenti a questo gruppo è dunque la voglia di intervenire e confrontarsi sui diversi argomenti.

3.3 Strategia argomentativa dell'Accademia della Crusca

Prima di giungere alle conclusioni è necessario porre l'attenzione sui criteri e le modalità di replica utilizzate dalla Crusca nella gestione delle polemiche e del dissenso. Oltre a twittare invitando gli utenti a leggere approfonditamente e nella sua totalità la considerazione di Coletti, l'Accademia risponde ai commenti dimostrando grande efficacia.

Gli interventi dell'istituzione si sono rivolti per lo più alla precisazione, attraverso spiegazioni e delucidazioni, dell'argomento trattato in modo da poter

arricchire le informazioni in possesso dei singoli utenti e permettergli di valutare in maniera equilibrata la questione. Nelle conversazioni [Figura 13] e [Figura 16] analizzate nel secondo capitolo si può vedere in maniera chiara e concreta come gli sforzi argomentativi messi in campo dalla Crusca abbiano portato a degli effettivi risultati.

Nel primo caso [Figura 13] l'utente inizialmente incerto sul corretto utilizzo delle espressioni, e leggermente seccato dalle dichiarazioni dell'Accademia, a seguito degli interventi di chiarimento condivisi dall'istituzione è soddisfatto per aver ricevuto le risposte che voleva e mette mi piace all'ultimo tweet che l'Accademia gli aveva rivolto. Nel secondo invece [figura 16] il tentativo di apportare ulteriori conoscenze alla discussione da parte dell'istituzione, attraverso spiegazioni e delucidazioni, convince un utente leggermente indeciso portandolo poi, di fronte all'intervento di un'altra persona, a sostenere quanto dichiarato dall'Accademia prendendo le sue parti nell'interazione.

Non tutti gli effetti delle repliche mosse dalla Crusca però possono essere concretamente osservabili e tangibili, alcuni possono essere a ogni modo facilmente intuibili grazie al loro impatto.

L'Accademia risponde questa volta ad un affronto sferratole da un utente [Figura 14], egli attraverso il tweet si oppone con indignazione alla legittimazione dell'espressione "esci il cane" e lancia successivamente una provocazione all'istituzione: "tanto vale scrivere i dizionari con il televoto". La risposta della Crusca arriva nitida: "per completezza, i dizionari si scrivono con l'ausilio della statistica" che "analizza l'uso vivo di una lingua". Con una frase incisiva l'Accademia lascia chi assiste alla discussione potenzialmente colpito, offrendo una replica di particolare effetto.

Situazione analoga accade in un altro tweet [Figura 12]. L'utente, come il precedente, esprime la sua disapprovazione riguardo alla questione sollevata, terminando con fare ironico: "da milanese voglio che sia accettabile in contesti informali anche la Carla". L'Accademia prontamente replica "Infatti lo è: è un uso regionale, basta che non finisca in altri contesti in cui non deve stare".

In entrambi i casi la Crusca dimostra una certa capacità argomentativa replicando con frasi a effetto che raccolgono in pieno le provocazioni ricevute. Il successo delle risposte è dovuto all'utilizzo di quella che, nell'ambito degli studi sull'argomentazione digitale, viene chiamata "mossa del gattino"⁷⁷. L'istituzione riconosce in primo luogo parte dell'accusa che gli viene rivolta, sa infatti che effettivamente i sondaggi, se pur lontanamente paragonabili al televoto, vengono impiegati nella scrittura dei dizionari e che l'utilizzo dell'articolo prima del nome proprio di persona è concesso in contesti regionali. Constatata la veridicità degli affronti ricevuti, senza il bisogno di nascondersi dietro fragili giustificazioni, l'Accademia sfrutta le provocazioni subite a suo vantaggio costruendo repliche incisive, cogliendo l'occasione per rimarcare e valorizzare il proprio ruolo rispetto alla tutela della lingua. L'efficacia degli interventi è data soprattutto dall'azione sovversiva che l'istituzione mette in campo nelle sue risposte e che rende, agli occhi di chi attentamente osserva, lo scambio gradevole e spettacolare.

La fruttuosa intuizione della Crusca sta però anche nell'aver compreso fin dal principio quali commenti necessitassero di una replica mentre quali, al contrario, era meglio ignorare. Come riscontrato nell'analisi, i polarizzati difficilmente si smuoveranno dalle loro posizioni iniziali, per questo risulterebbe inefficace concentrare i propri sforzi argomentativi su questo gruppo di persone. L'Accademia, infatti, evita di rispondere ai commenti degli utenti che in maniera aggressiva sostengono idee contrarie alla sua e preferisce invece concentrarsi su quella parte di pubblico più aperta alla discussione e al dialogo ovvero la "zona grigia".

Rispondere agli utenti polarizzati non produrrebbe di fatto nessun effetto, se non quello di farli chiudere ancora di più in loro stessi e, forse, fomentare i propri sostenitori. Replicando invece agli utenti che si dimostrano propensi ad instaurare una conversazione produce due effetti: innanzitutto permette a chi possiede dubbi o incertezze di chiarirsi le idee e poter rivalutare le proprie

⁷⁷ Mastroianni Bruno, *Litigando si Impara*, op. cit. Capitolo: La "mossa del gattino" per rispondere agli attacchi personali.

posizioni, ma soprattutto permette di intercettare, attraverso il dialogo con il proprio interlocutore, la grande maggioranza silenziosa che presidia ogni ambiente online, raggiungendo una moltitudine di persone.

Se, come sostenuto da Perelman⁷⁸, convincere è un'azione che si rivolge ad un uditorio universale disposto a recepire la razionalità degli argomenti mentre persuadere è un atto indirizzato ad un uditorio specifico, in una specifica situazione e per un preciso scopo, allora si può sostenere che in questo caso la Crusca sta conducendo un'attività argomentativa che tende più a convincere che persuadere. Rivolgendosi infatti alla "zona grigia" amplia il suo raggio d'azione maturando, come visto in precedenza, credibilità e autorevolezza.

Ciò che in questo caso l'Accademia ottiene è un effetto minimo dal punto di vista quantitativo poiché gli appartenenti a questa categoria risultano essere ancora in minoranza, ma quantomeno interessante dal punto di vista qualitativo nello studio delle dinamiche dell'argomentazione.

⁷⁸ Perelman Chaim, *Trattato dell'argomentazione, la nuova retorica*. Bologna: Piccola Biblioteca Einaudi, 2013.

Conclusioni

L'analisi svolta ha permesso di indagare le dinamiche e i meccanismi che governano il fenomeno delle polarizzazioni online, ponendo particolare attenzione ai fattori da cui hanno origine e alle caratteristiche che gli individui, parte di questa categoria, possiedono.

Lo studio ha portato alla luce vari fattori che influenzano l'insorgere di polarizzazioni, ovvero le tendenze di uno o più individui a muoversi verso posizioni estreme a seguito di una discussione avvenuta all'interno di un gruppo omogeneo. Si è potuto notare come il contesto all'interno del quale essi vivono: l'onlife, luogo dove digitale e reale si fondono e confondono portando gli utenti ad essere costantemente connessi alla rete, ne favorisce avvicinamento agli altri. Entrando in relazione fra loro, molto più vicini di quanto non lo sarebbero realmente, gli individui sperimentano in maniera amplificata le loro divergenze cercando, per paura che le proprie idee e credenze vengano minacciate, di chiudersi all'interno del loro mondo.

Oltre a questi fattori sociali, però, anche gli strumenti tecnologici influiscono nel processo di formazione delle polarizzazioni. Si è visto come, grazie alla personalizzazione, sui social gli utenti vengono raggiunti da contenuti a loro congeniali, selezionati dagli algoritmi, sulla base di quelli verso cui essi, precedentemente, hanno dimostrato maggiore interesse.

Il continuo riecheggiare di opinioni e punti di vista simili al loro porta gli utenti a chiudersi all'interno di piccole bolle di filtraggio e camere d'eco dove, man mano, ricevono informazioni sempre più affini ai loro gusti e preferenze.

È stato anche mostrato però che, grazie alla vastità di contenuti offerti dalla rete e all'esposizione selettiva, la possibilità di consultare in maniera autonoma le informazioni a propria disposizione, le polarizzazioni non sono per forza un destino obbligato. Attraverso qualche accortezza esse possono essere infatti scoraggiate stimolando gli individui a rompere le barriere dei propri mondi. Lo studio delle diverse dinamiche che si innescano durante una discussione online ha fatto emergere la presenza, oltre agli utenti più polarizzati, di un gruppo di individui appartenenti a una "zona grigia", questi fanno parte della maggioranza silenziosa e ne rappresentano la parte più propensa a intervenire all'interno delle discussioni per chiarire i propri dubbi e incertezze e ad instaurare dialoghi costruttivi.

Il caso esaminato, la questione "scendi il bambino" ed "esci il cane", ha permesso di osservare, nella concatenazione di commenti condivisi dagli utenti e fra gli interventi di replica postati dall'Accademia della Crusca, numerose dinamiche tipiche delle interazioni online.

L'istituzione, nel suo piccolo, ha fornito un valido modello di gestione dei commenti, attenendosi a una strategia bilanciata volta a diffondere il più possibile le sue posizioni per incentivare il suo pubblico alla riflessione.

Si può quindi giungere alla conclusione che, pur non essendo un destino obbligato, gli utenti polarizzati difficilmente prendono in considerazione punti di vista diversi dal loro, di conseguenza, risultano i più complessi da gestire attraverso il dialogo. Se dunque rivolgersi a loro, cercando di far scoppiare le bolle nelle quali sono rinchiusi introducendo opinioni e pareri differenti, non produce gli effetti desiderati ma, al contrario, aumenta il rischio di rendere le loro idee impermeabili, è necessario rivolgersi altrove.

Sforzarsi di interagire con la "zona grigia", anche se apparentemente risulta essere il gruppo meno diffuso, può rappresentare un contributo a offrire occasioni di incontro con realtà diverse dalla propria, favorendo almeno in parte l'uscita dalle bolle.

Discussioni come quelle sorte dalle polemiche riguardo all'espressione "esci il cane" potrebbero rivelarsi una grande occasione di crescita e confronto per molti, soprattutto se a essere coinvolte in prima linea sono istituzioni dal valore culturale come la Crusca, ma anche un'occasione per le stesse di rimarcare la propria posizione e missione. Ricordando anche che, il confronto aperto con gli individui appartenenti alla "zona grigia", intercetterà molto più facilmente la maggioranza silenziosa e dunque, rivolgendosi a un ristretto numero di persone si potrà raggiungere una moltitudine di individui.

Convincere la "zona grigia" alla fine è davvero possibile, ma solamente attraverso lo sforzo di argomentare in maniera chiara, efficace e coinvolgente, senza avere paura di essere schiacciati dal peso dell'altro, ma vedendo il confronto come grande occasione di crescita.

Bibliografia

- Allport Gordon W., Postman Leo J., *The basic psychology of rumor*. Cambridge: Harvard University, 1945.
- Amossy R., *L'argomento "ad hominem": riflessioni sulle funzioni della violenza verbale*, in *Saggio*, n. 3, marzo 2010.
- Burns Axel, *Are filter bubbles real?* Cambridge: Polity Press, 2019.
- Burns Axel, *Filter bubble*, *Internet Policy Review* 8(4), 2019.
- Castelles Manuel, *Comunicazione e potere*. Milano: Università Bocconi, 2009.
- Cattani Adelino, *Botta e risposta. L'arte della replica*. Bologna: il Mulino, 2001.
- Cinelli Matteo, De Francisci Morales Gianmarco, Galeazzi Alessandro, Starnini Michele, *The echo chamber effect on social media*, *Proceedings of the National Academy of Sciences* 118 (9), gennaio 2021. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
- Coletti Vittorio, *Siedi il bambino! No, fallo sedere!*, Accademia della Crusca, gennaio 2019. <https://accademiadellacrusca.it/it/consulenza/siedi-il-bambino-no-fallo-sedere/1575>.
- D'amore M., *Democratizzazione mediale, la comunicazione è uguale per tutti?*, Il mio libro self publishing, 2013.
- D'Errico Francesca, Poggi Isabella, *Aggressive language and insults in digital political participation*, in *Proceedings of Multiconference on computer science and Information systems: Web Based Communities and Social Media*. Lisbona: University of Lisbon, 2014.
- Festinger Leon, *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press, 1957.
- Figà Talamanca Giacomo - Arfini Selene. *Through the Newsfeed Glass: Rethinking Filter Bubbles and Echo Chambers*, in *Philosophy and Technology* 35, marzo 2022. <https://doi.org/10.1007/s13347-021-00494-z>
- Floridi Luciano, *The Online Manifesto, Being a human in a Hyperconnected Era*. Cham: Springer Cham, 2015.
- Floridi Luciano, *Pensare l'infosfera: la filosofia come design concettuale*. Milano: Raffaello Cortina, 2020.
- Floridi Luciano, *Soft Ethics and the Governance of the Digital*, in *Philosophy & Technology* 31, 2018. <https://doi.org/10.1007/s13347-018-0303-9>.
- Frey Dieter, *Recent research on selective exposure to information*, *Advances in experimental social psychology* 19, Academic Press, 1986.
- Garrett Kelly R., *Politically motivated reinforcement seeking: Reframing the selective exposure debate*. *Journal of Communication* 59 (4), dicembre 2009.
- Giaccardi Chiara, *La comunicazione interculturale nell'era digitale*. Bologna: Il Mulino, 2012.
- Gheno Vera, Mastroianni Bruno, *10 parole chiave per usare meglio la rete*, Il libraio, agosto 2018. <https://www.illibraio.it/news/saggistica/parole-usare-meglio-rete-783992/>.

Il Post, *Grande polemica su “esci il cane”*, 27 gennaio 2019. <https://www.ilpost.it/2019/01/27/crusca-siedi-bambino-grammatica/>.

Interian Ruben - Marzo Ruslán - Mendoza Isela - Ribeiro Celso, *Network polarization, filter bubbles, and echo chambers: An annotated review of measures, models, and case studies*, 2022. <http://dx.doi.org/10.48550/arXiv.2207.13799>.

Kitchens Brent - Johnson Steven L. - Gray Peter, *Understanding echo chambers and filter bubbles: the impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption*. MIS Quarterly, 44 (4), dicembre 2020.

Klapper Joseph T., *The effects of mass communication*, Free press, 1960.

Kotras Baptiste, *Mass personalization: Predictive marketing algorithms and the reshaping of consumer knowledge*, Big data and society 7(2), luglio 2020. <https://doi.org/10.1177/2053951720951581>.

Lazarsfeld, Paul F., Berelson Bernard, and Gaudet Hazel. *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential election*. New York: Columbia University Press, 1948.

Lee Laura, *Every Move You Make... I'll Be Watching You: How Personalized Ads Work*, Enveritasgroup, 21 maggio 2018. <https://enveritasgroup.com/campfire/why-am-i-seeing-this-ad-how-personalized-ads-work/>.

Luzsa Robert, Mayr Susanne, *False Consensus in the Echo Chamber: Exposure to Favorably Biased Social Media News Feeds Leads to Increased Perception of Public Support for Own Opinions*, Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 15 (1), gennaio 2021. <https://doi.org/10.5817/CP2021-1-3>.

Mastroianni Bruno, *Litigando si Impara, Disinnescare l'odio online con la disputa felice*. Firenze, Cesati Editore, 2020.

Mastroianni Bruno, *La Disputa Felice. Dissentire senza litigare sui social network, sui media e in pubblico*. Firenze: Cesati, 2017.

Mastroianni Bruno, *Dibattiti online: oltre le contrapposizioni in Tridente Giovanni* – Mastroianni Bruno (a cura di), *La Missione digitale*. Roma: Edusc, 2016.

[Neumann](#) Elisabeth N., *La spirale del silenzio. Per una teoria dell'opinione pubblica*. Milano: Meltemi, 2017.

Newman Daniel, *The key to personalization is data*, Forbes, luglio 2015. <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2015/07/28/the-key-to-personalization-is-data/?sh=749c259e6c11>.

Onlife, la nostra vita tra online e offline, Pictet, novembre 2019. <https://am.pictet.it/blog/articoli/tecnologia-e-innovazione/onlife-la-nostra-vita-tra-online-e-offline>.

Pariser Eli, *The filter bubble, what the internet is hiding from you*. London: Penguin Books Ltd, 2012.

Pavolini Antonio, *Oltre il rumore. Perché non dobbiamo farci raccontare internet dai giornali e dalla Tv*. Milano: Ledizioni, 2019.

Perelman Chaim, *Trattato dell'argomentazione, la nuova retorica*. Piccola Biblioteca Einaudi, 2013.

Quattrociocchi Walter, Brugnoli Emanuele, Cinelli Matteo, Scala Antonio, *Recursive patterns in online echo chambers*, Scientific reports 9 (2018), dicembre 2019. <https://doi.org/10.1038/s41598-019-56191-7>.

Singer Marshall, *Intercultural Communication: a perceptual approach*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1987.

Stadelmann David, *The silent power of the moderate majority*, World Crunch, marzo_2020. <https://worldcrunch.com/opinion-analysis/the-silent-power-of-the-moderate-majority>.

Stella Renato, *Sociologia delle comunicazioni di massa*. Torino: UTET università, 2012.

Sunstein Cass R., *#Republic, Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press, 2017.

Sunstein Cass R., *The Law of Group Polarization*, Journal of Political Philosophy 10 (2), 2002.

Tonello Fabrizio, *Democrazie a rischio: La produzione sociale dell'ignoranza*. Torino: Pearson Italia, 2019.

Turow Joseph, *Niche Envy: Marketing Discrimination in the Digital Age*. Massachusetts: MIT Press, 2008.

Walton Douglas, *Ad hominem arguments*, Alabama: University of Alabama Press, 1998.

Wason Peter C., Johnson Laird Philip N., *Psychology of reasoning: structure and content*. Harvard: Harvard University Press, 1972.

Watts Duncan J., *A simple model of global cascades on random networks*. Washington: Proceedings of National Academy of Sciences 99 (9), 2002.

Wzlawick Paul, *Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi*. Roma: Austrolabio Ubaldini, 1978.