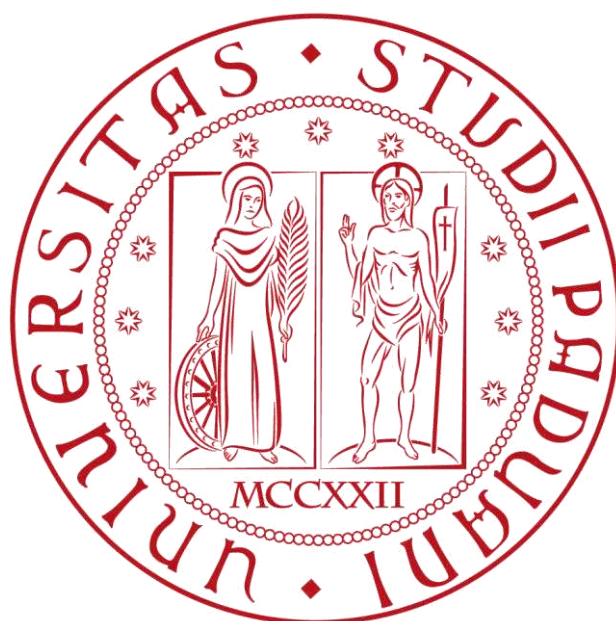


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA
Scuola di economia e scienze politiche
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN
Scienze del Governo e delle Politiche Pubbliche
Classe LM-63



TESI DI LAUREA MAGISTRALE

OPINIONE, INFORMAZIONE, DISINFORMAZIONE.
UN APPROCCIO EPISTEMOLOGICO SOCIALE

Relatore: Prof. Daniele Nigris

Laureando: Mattia Niero, Matricola 1243425

ANNO ACCADEMICO 2022/2023

*Alla mia famiglia e alla mia ragazza che mi hanno sempre sostenuto, soprattutto nei
momenti più oscuri*

Indice

| | |
|---|----|
| INTRODUZIONE | 5 |
| CAPITOLO 1 LA COSTRUZIONE EPISTEMICA DELLA CREDENZA | 9 |
| 1.1 LA SOCIALIZZAZIONE PRIMARIA..... | 10 |
| 1.2 LA REALTA' DELLA VITA QUOTIDIANA | 13 |
| 1.3 IL MODELLO CCR Credenza Collettivamente Riconosciuta..... | 17 |
| CAPITOLO 2 UMANO TROPPO UMANO | 22 |
| 2.1 IL SISTEMA UNO E DUE..... | 25 |
| 2.2 ALCUNE CARATTERISTICHE DI SISTEMA | 27 |
| 2.3 IL POTERE DELLE EURISTICHE..... | 30 |
| 2.3.1 <i>Ancoraggio</i> | 30 |
| 2.3.2 <i>L'errore di attribuzione.</i> | 32 |
| 2.3.3 <i>Effetto Forer</i> | 32 |
| 2.3.4 <i>L'ho sempre saputo</i> | 33 |
| 2.3.5 <i>La Memoria</i> | 34 |
| 2.3.6 <i>Illusione di Certezza</i> | 38 |
| 2.3.7 <i>Bias di conferma</i> | 39 |
| 2.3.8 <i>Fallacia narrativa</i> | 42 |
| 2.3.9 <i>Euristica della disponibilità.</i> | 45 |
| CAPITOLO 3 L'INFODEMIA | 48 |
| 3.1 CAMERE DELL'ECO | 51 |
| 3.1.1 <i>Polarizzazione</i> | 54 |
| 3.2 OPINIONI CONTAGIOSE..... | 56 |
| 3.2.1 <i>Il contagio emotivo</i> | 56 |
| 3.2.2 <i>Imitazione</i> | 58 |
| 3.3.3. <i>Il ruolo dell'opinion leader nella diffusione di informazioni</i> | 60 |
| 3.3.4 <i>Trasmissione e identità</i> | 62 |
| 3.3 CREDIBILITA' E COMPETENZA | 64 |
| 3.3.1 <i>La crisi degli esperti</i> | 66 |
| 3.4 VERITA' E MENZOGNA DELL'INFORMAZIONE..... | 72 |
| CAPITOLO 4 LA DISINFORMAZIONE | 77 |
| 4.1 CENNI STORICI SULLA DISINFORMAZIONE..... | 82 |

| | |
|---|-----|
| <i>4.1.1 IRA, Internet Research Agency</i> | 87 |
| 4.2 STRUMENTI E AGENTI DELLA DISINFORMAZIONE | 90 |
| <i>4.2.1 Troll</i> | 92 |
| <i>4.2.2 Meme</i> | 94 |
| <i>4.2.3 Frame</i> | 95 |
| <i>4.2.4 Manipolare la realtà per disinformare informando</i> | 100 |
| <i>4.2.5 Mentire omettendo. Menzogna e selezione dell'informazione</i> | 101 |
| 4.3 I DISINFORMATORI IN AZIONE: IL MODELLO ICRO E L'EFFICACIA DELLA MANIPOLAZIONE. | 103 |
| CONCLUSIONI | 107 |
| BIBLIOGRAFIA | 112 |

INTRODUZIONE

A Ersilia, per stabilire i rapporti che reggono la vita della città, gli abitanti tendono dei fili tra gli spigoli delle case, bianchi o neri o grigi o bianco-eneri a seconda se segnano relazioni di parentela, scambio, autorità, rappresentanza. Quando i fili sono tanti che non ci si può più passare in mezzo, gli abitanti vanno via: le case vengono smontate; restano solo i fili e i sostegni dei fili. Dalla costa d'un monte, accampati con le masserizie, i profughi di Ersilia guardano l'intrico di fili tesi e pali che s'innalza nella pianura. È quello ancora la città di Ersilia, e loro sono niente. Riedificano Ersilia altrove. Tessono con i fili una figura simile che vorrebbero più complicata e insieme più regolare dell'altra. Poi l'abbandonano e trasportano ancora più lontano sé e le case. Così viaggiando nel territorio di Ersilia incontri le rovine delle città abbandonate, senza le mura che non durano, senza le ossa dei morti che il vento fa rotolare: ragnatele di rapporti intricati che cercano una forma¹

Viviamo in un'epoca ove il discernere tra ciò che è reale e cosa no, è un'opera complessa, un lavoro instancabile che ci porta a riflettere se vi è effettivamente una verità, un elemento oggettivo verso cui il nostro pensiero può trovare pace. Ci potremmo chiedere se la conoscenza derivi da una corretta percezione del mondo? Eppure, ognuno di noi ha una percezione del mondo diversa, e non solo, anche noi stessi in momenti diversi abbiamo una percezione delle cose molto diversa. Ci chiederemo allora se si può raggiungere la conoscenza grazie ad un giudizio esatto, o ad una credenza vera, ma come vedremo nel seguito spesso la verità di una credenza risulta frutto del puro caso, ed esso ci trae volentieri in inganno. Potremmo quindi giungere alla conclusione che la conoscenza è forse una credenza vera, la quale può trovare una propria legittimazione in virtù della possibilità di dimostrarla. Le stesse domande che ora ho posto son le medesime che possiamo trovare nei dialoghi di Platone, dove già 2400 anni fa ci si interrogava del problema della conoscenza. In una piazza di Atene, un vecchio incontra un giovane, tali figure coinvolte in un acuto dialogo erano Teeteto e Socrate che avvicinati dal loro aspetto somigliante vollero indagare se in essi vi fosse anche l'accumunarsi per merito dell'amore della filosofia. Quand'essi giungono alla terza definizione di conoscenza, ovvero quella determinata dalla rettifica della ragione insorgono nuovamente dei dubbi, Socrate infatti si domanda come possiamo giudicare la verità della nostra spiegazione, senza sapere se l'oggetto della nostra spiegazione sia vero? Se la nostra spiegazione, per esempio, si basa su una distinzione, ed essa appare comprensibile e persuasiva, allora dovremmo avere già conoscenza della cosa di cui cerchiamo di dare spiegazione, altrimenti tale distinzione ci aiuterebbe. Affidarsi ad una spiegazione ci porta quindi in una trappola, una logica circolare ove non possiamo avere conoscenza senza una

¹ Calvino Italo. (1972). *Le città invisibili*. Mondadori. Milano p 90

ragione, una spiegazione, ma non possiamo dare una spiegazione senza avere una conoscenza di ciò che vogliamo spiegare.

Non vi fu conclusione a questo dialogo, interrotto dalla morte di Socrate, ma che ci porta all'oggi con lo stesso peso e gravità delle questioni irrisolte. Il dialogo però ci dice molto, soprattutto per il modo con cui s'interrompe, Socrate infatti dà appuntamento per il giorno dopo a Teeteto per continuare la riflessione ma ovviamente ciò non avvenne, dato che in quel medesimo giorno sarà coinvolto nell'ultima lezione che ci lasciò durante la sentenza per la sua condanna a morte. La mancata prosecuzione del dialogo però, può essere intesa come la soluzione alla questione, ovvero l'inesauribile tendenza alla ricerca del vero, il costante interrogarsi sulla conoscenza, che diventa probabilmente una non-risposta a cosa essa sia.

Oggi assistiamo ad un mondo dove le nuove tecnologie hanno permesso all'umanità di essere costantemente informati sul mondo e sui fatti sociali, abbiamo la possibilità di accedere in maniera economica e rapida ad una mole inesauribile d'informazione e il progresso tecnico e scientifico corrono ad una velocità alla quale non si è mai assistito. Si sarebbe tentati di pensare, come molti inizialmente hanno auspicato, che tutto ciò avrebbe portato ad un miglioramento dei sistemi liberali, ad un maggiore e progressivo acculturazione generale della popolazione mondiale, ma la verità è che oggi assistiamo a ciò che all'opposto non avremmo mai immaginato sarebbe stato possibile. Non ci siamo resi conto che questa sovraesposizione informativa celava numerosi rischi e problemi che probabilmente avremmo potuto immaginare, ma che non abbiamo voluto vedere. Viviamo in quello che alcuni oggi erroneamente definiscono come "Post-Verità", la situazione in cui la verità dei fatti passa in secondo piano rispetto al contenuto del messaggio. Oggi si è persa quella che Jonathan Rauch definiva la "costituzione della Conoscenza", cioè quella base epistemica e sociale che permetteva il filtraggio di ciò che può considerarsi non vero e tendente in un processo continuo alla verità. Sempre più l'utilizzo politico di strumenti come la disinformazione, misure attive, *fake news*, *trolling*, influenzano l'opinione pubblica e di conseguenza l'operato dei governi democratici, lasciando spesso breccia a paesi dove la libertà di espressione non si è mai affermata un ampio spazio di manovra. Veniamo colpiti proprio da ciò che un sistema democratico ha sempre potuto vantare, ovvero la libertà di parola, inserendo nel dibattito pubblico uno stile comunicativo basato per lo più sulla manipolazione, lo screditare l'avversario e non riportare la discussione e il contraddittorio come elemento centrale per giungere ad una verità condivisa. Tutto ciò è stato perso, e costituisce un grave rischio per le democrazie, come riporta Sophia Rosenfeld, una storica dell'Università della Pennsylvania in "Democracy and Truth. A short History":

“Minacciando di erodere le forme di fiducia intellettuale e di cooperazione necessarie per la sopravvivenza della democrazia, e rendendo la determinazione della verità sempre più una conseguenza di un esercizio arbitrario di potere, le pratiche attuali costituiscono una minaccia alla sopravvivenza della democrazia”²

Il mio intento in questa tesi è quello di cercare di comprendere come e perché ad oggi siamo così vulnerabili a narrazioni del tutto deliranti, come e perché siano così efficaci i fenomeni di manipolazione informativa. Per rispondere a queste domande adotterò un approccio epistemologico sociale, nel primo capitolo infatti, indagherò alcuni concetti di base dall'epistemologia sociologica, che mi permetteranno di inquadrare attraverso certe lenti, i fenomeni descritti. Indagherò principalmente il concetto di socializzazione e di realtà quotidiana, che forniranno uno sguardo nel modo con cui un soggetto costituisce una la propria base epistemica di interpretazione della realtà sociale. Andando a scavare in quei processi primari che costituiscono la “materia grezza” di un individuo. Mi soffermerò inoltre su un modello elaborato da Nigris, ovvero il modello CCR (Credenza collettivamente riconosciuta) che distinguerà i concetti di conoscenza e credenza, generato a partire dal teorema di Thomas, e che mostrerà come la percezione collettiva di un fenomeno inteso come reale e vero, lo renderà vero di per sé senza che esso lo sia fattualmente, apportando quindi delle conseguenze concrete.

Nel secondo capitolo adotterò delle lenti diverse, guarderò più all'aspetto psicologico dell'individuo, e alle fallacie cognitive alle quali tende. Mi baserò principalmente sugli studi condotti da Amos Tversky e Daniel Kahneman, riportati da quest'ultimo nel suo libro “Pensieri lenti e Veloci”. In tale sezione, inoltre, ho dato particolare attenzione alle pubblicazioni di Nicholas Nassib Taleb, che nella sua opera centrale “il cigno nero”, anticipa ed ispira, attraverso un linguaggio diverso le considerazioni degli autori prima citati. Inoltre, mi sono avvalso delle “trappole mentali” individuate da Matteo Motterlini, oltre a numerose pubblicazioni di esperimenti svolti al fine di individuare potenziali errori cognitivi. In questa parte sarà possibile rivedere l'idea dell'uomo come soggetto razionale, mostrando quanto invece il nostro modo di interpretare il mondo sia fortemente deviato dalle nostre fallacie.

Nel terzo capitolo verrà definito il termine *infodemia* per descrivere il caos epistemico che caratterizza l'attualità. Se nel capitolo precedente mi sono soffermato sugli aspetti individuali che costituiscono un terreno fertile a fallacie cognitive, distorsioni e polarizzazioni, nel terzo capitolo il focus

² Rosenfeld Sophia. (2019). *Democracy and Truth. A short History*. University of Pennsylvania Press. United States of America. p. 37

d'attenzione sarà più sull'ambiente esterno all'individuo, indagherò cosa rende virale e affascinante un'opinione e come questa possa mutare, potenziarsi o perdere di valenza sulla base delle interazioni sociali ai quali siamo soggetti. Principalmente mi baserò sulle ricerche svolte da Quattrocioni Walter e i suoi colleghi, nonché di Bottazini e Arielli e Carl Sustain. Inoltre, attraverso Rubinelli, Dorato e Nigris indagherò come la perdita della “*costituzione della conoscenza*” (Rauch, 2020), ovvero del mondo degli esperti e dell'etica sul rigore scientifico.

Disposta una panoramica completa giungerò a parlare nel quarto capitolo di disinformazione e delle tecniche utilizzate al fine di manipolare l'opinione pubblica. In particolar modo ho voluto dare anche un piccolo taglio storico alla definizione di disinformazione e ciò in virtù della sua “anzianità” che insospettabilmente precede di molto i primi articoli e le prime preoccupazioni sul fenomeno. Inoltre, mi concentrerò sul concetto di Misure Attive, le quali rappresentano lo strumento prediletto per porre in essere campagne di disinformazione e di destabilizzazione. Gli autori a cui mi sono riferito sono prevalentemente Germani S., Ottaviani M.F., Rid T., Whaley B., che mi hanno guidato verso una definizione situata al campo geopolitico militare e strategico del termine. Inoltre, mi sono avvalso della documentazione contenuta nell'Istituto Germani di scienze sociali e strategiche, nel quale ho ricavato numerosi paper e articoli che descrivono la situazione attuale della “guerra psicologica”. Attraverso Massimo Chiaia ho potuto analizzare alcune tecniche di manipolazione informativa, alle quali ho connesso le fallacie cognitive che maggiormente si associano, potenziando ampiamente il potere della manipolazione. Mi soffermerò inoltre anche sugli “agenti” della disinformazione che non sono sempre veicolati da soggetti intenzionati a disinformare, bensì individui che semplicemente non sono consapevoli di trasmettere messaggi che hanno per finalità l'imporre nell'opinione collettiva un certo tipo di narrazione.

CAPITOLO 1

LA COSTRUZIONE EPISTEMICA DELLA CREDENZA

Mi resi conto che quasi tutti avevano una macchia cieca mentale che impediva loro di riconoscere il ruolo di tali eventi: sembrava che non fossero in grado di vedere quei mammut, o che se ne scordassero in fretta. La risposta era davanti ai miei occhi: si trattava di una cecità psicologica, forse anche biologica; il problema non stava nella natura degli eventi, ma nel modo in cui venivano percepiti.³

Spesso riscontriamo un'incapacità di vedere nell'altrui opinione un solo punto di ragionevolezza, e alcune posizioni ci appaiono talmente tanto incomprensibili e lontane dal nostro vissuto che faticiamo a legittimarle sia da un punto di vista fattuale sia da un punto di vista morale ed etico, rispettivamente legato più al nostro modo di percepire e interpretare il mondo.

Il modo con cui vediamo le cose non è mai neutro e oggettivo ma è sempre involontariamente filtrato dalla nostra cultura e dalle nostre credenze, anche più di quanto vorremo o potremmo pensare. Noi tutti costruiamo il mondo che ci appare, dimenticando di essere noi stessi gli artefici di ciò che vediamo, dando per esso un'attribuzione qualitativa oggettiva e reale.

Il modo con cui costruiamo il nostro mondo non è mai un processo fluido, ma irto di conflitti e contraddizioni, dagli esiti più disparati. Come vedremo in seguito ogni costruzione cognitiva del reale è indipendente dalle altre, sebbene vi siano dei punti di contatto fra queste, che sono imprescindibili. Se ciò non fosse, la comunicazione fra soggetti sarebbe impossibile dato che al fine di generare un'azione collettiva deve esservi prima una definizione della situazione più o meno comune.

Come primo elemento di questa trattazione andremo a definire i concetti base della sociologia cognitiva ed epistemologica, che saranno fondamentali per la comprensione di come va a formarsi una particolare opinione entro un individuo, considerando come il nostro modo di costruire un'idea venga influenzata dall'insieme di interazioni che hanno formato la nostra cognizione e dalla tendenza della nostra mente ad auto-ingannarsi e di dare risposte illogiche agli stimoli che dall'ambiente

³ Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il cigno nero*. Il saggiatore. Milano p 45

l'individuo riceve. Come vedremo nei capitoli successivi, tale trattazione mette in crisi il concetto di soggetto come agente razionale, mostrando quali drammatiche conseguenze può avere un'azione legata ad una interpretazione errata del reale; a maggior ragione, se dietro all'incapacità di analizzare e osservare il mondo si aggrava la volontà terza di manipolare e sfruttare tali fallacie logiche del nostro pensiero, al fine di indurre comportamenti o credenze manifestamente infondate.

1.1 LA SOCIALIZZAZIONE PRIMARIA

“Vedete questa mano?” aveva detto la maestra, alzando la destra alla fine del discorso con un'espressione fiera di determinazione nel volto. “Questa mano sarà sempre forte. Sempre pronta a combattere. E sapete perché? Perché ha stretto quella del compagno Enver. Non l'ho lavata per giorni, dopo il Congresso. Ma anche dopo averla lavata, ha conservato la sua forza. Una forza che non mi lascerà mai, fino alla fine dei miei giorni.”⁴

Per partire da un primo elemento dovremmo innanzitutto definire il rapporto originario che l'uomo intrattiene con il mondo sociale; egli, infatti, diviene membro della società solo quando ha completato l'interiorizzazione di norme sociali e ruoli. Il processo attraverso cui ciò avviene è la socializzazione, che può essere definita *l'insediamento, completo e coerente, di un individuo nel mondo oggettivo di una società o di un settore* (Berger & Luckmann, 1969; p-45). La socializzazione primaria è la prima socializzazione che un individuo intraprende nell'infanzia, attraverso la quale, diviene membro della società.

Tale processo solitamente inserito all'interno di un nucleo familiare composto da due genitori, rappresenta una struttura sociale oggettiva entro cui il soggetto viene “iniziato” al mondo sociale. Queste persone per lui importanti, gli sono imposte e le loro definizioni delle situazioni sono per lui una realtà oggettiva. Egli nasce così *non solo in una struttura sociale oggettiva, ma anche in un mondo sociale oggettivo* (Berger & Luckmann, 1969). Le persone che gli mediano questo mondo lo modificano nel corso della mediazione, in quanto selezionano aspetti puntuali di quel mondo in conformità con la loro collocazione nella struttura sociale, e anche in virtù delle loro caratteristiche individuali, fissate dall'esperienza.

Il bambino si identificherà con le persone che influiscono su di lui in una varietà di modi emotivi emozionali (Nigris, 2021). Qualunque cosa essi siano, l'interiorizzazione avviene solo quando avviene l'identificazione, ovvero, il soggetto assume i ruoli e gli atteggiamenti delle persone a lui più

⁴ Ypi Lea. (2022). *Libera. Diventare grandi alla fine della storia*. Feltrinelli. Milano.

vicine. L'individuo non solo assume i ruoli e gli atteggiamenti degli altri, ma allo stesso tempo si appropria anche del loro mondo. In effetti, l'identità viene oggettivamente definita come collocazione in un certo mondo e può essere fatta propria soggettivamente solo intrinsecamente a quel mondo. Tutte le identificazioni avvengono entro dimensioni che implicano uno specifico mondo sociale. Il bambino non interiorizza il mondo delle persone a lui importanti come uno dei molti mondi possibili, lo interiorizza nella sua interezza. Per questo il mondo interiorizzato nella socializzazione primaria è molto più radicato nella coscienza di quanto non lo siano i mondi interiorizzati nelle socializzazioni secondarie (Gallino, 2006). Normalmente il luogo principale dove la socializzazione primaria ha luogo è la famiglia, matrice nel bene e nel male e griglia di lettura del mondo. Di fondamentale importanza in tale contesto, quindi, come abbiamo già detto risulteranno i codici emotivi di base e i comportamenti della società a cui si appartiene, anziché su regole e prescrizioni specifiche. Il bambino vede come si fa, vede l'interazione tra i suoi genitori, e con gli altri familiari; con gli estranei che interagiscono con la famiglia e i comportamenti che essa assume nei confronti di questi. Un esempio interessante che potremmo dare a questo processo è quello che riporta Nigris (2021) in "Dinamiche dell'opinione":

Ero piccolo, molto piccolo, non avevo più di sei anni, quando mi resi conto per la prima volta delle distinzioni di classe. Prima di quell'età, i miei eroi, erano stati generalmente operai, perché sembravano sempre intenti a fare qualcosa di interessante come pescare, battere il ferro o costruire case (...). Ma non passò molto tempo prima che mi si proibisse di giocare con i figli dell'idraulico; erano "ordinari" e mi si disse di stare lontano da loro. Erano una cosa un po' snob, se volete, ma anche necessaria, perché gente del ceto medio non può permettere che i suoi figli imparino a parlare con accento plebeo. Così, prestissimo la classe operaia, cesso di essere una razza di creature amiche e meravigliose e divenne una razza di nemici, Ci accorgemmo che ci odiavano, ma non potemmo mai capire il perché, e naturalmente attribuimmo la cosa a pura e intensa cattiveria. A me, nella mia prima infanzia, a quasi tutti i ragazzi delle famiglie come la mia, la gente comune sembrava quasi subumana. Avevano facce rudi e volgari, accenti atroci, e modi grossolani, odiavano chiunque non fosse come loro, e se ne avevano l'opportunità ci insultavano brutalmente. Questo era il nostro modo di vederli, sebbene erroneo, era comprensibile. (...) Ma c'è un'altra, e più grave, difficoltà. Arriviamo ora al vero segreto delle distinzioni di classe in occidente, la vera ragione per cui un europeo di origini e educazione borghesi, anche quando si definisce comunista, non può pensare se non con un profondo sforzo a un operaio come suo pari. Si riassume in quattro tremende parole che la gente oggi dice con cautela, di rado, ma che durante la mia infanzia si udivano con grande frequenza. La gente bassa puzza. Ecco cosa ci insegnavano la gente bassa-puzza. E qui ovviamente,

ci troviamo di fronte a una barriera insuperabile. Perché nessun sentimento di simpatia o antipatia è così fondamentale come un sentimento fisico. L'odio di razza, l'odio di religione, differenze di educazione, di temperamento, d'intelletto, perfino differenze di codice morale, possono essere superate; ma la ripugnanza fisica non si può superare (...). Può non avere importanza grande importanza che il borghese medio sia allevato nell'idea che la classe operaia è ignorante, pigra e beona, traviale e disonesta; è quando vi si cresce con l'idea che l'operaio è anche sporco che si fa il guaio. E nella mia infanzia ci crescevano nell'idea che la gente del popolo è sporca. Molto presto nella vita acquistavi il concetto che c'è qualcosa di repulsivo in un corpo di un operaio; non eri disposto ad avvicinarlo più di quanto potessi. Vedevi un tarchiato manovale grondante di sudore camminar per la strada col suo piccone sulla spalla; guardavi la sua camicia sbiadita e i suoi pantaloni di velluto ordinario induriti dalla sporcizia di un decennio; pensavi ai nodi e agli strati di cenci luridi sotto, e al disotto di tutto il corpo non lavato, scuro (così soleva immaginarlo), dal fortore acuto di lardo.⁵

In questo senso ci può apparire quasi deterministico il processo di socializzazione, culminante in una riproduzione fedele della fonte di tale processo. Ovviamente, seppur fondamentale, esso riguarda solamente un primo aspetto della costruzione cognitiva di un individuo. Ripercorrendo quanto elaborato da Berger e Luckmann, il processo di socializzazione inteso in senso più ampio non culmina con l'identificazione nei comportamenti e negli atteggiamenti delle persone al bambino più rilevanti, ma continua poi attraverso la socializzazione secondaria, ove si gioca la partita tra smentite e conferme di quanto introiettato nel processo primario.

Nigris (2021) individua due elementi fondamentali, per i quali, dipendono la forza della narrazione introiettata nel processo di socializzazione primaria, la credibilità del narratore e la conferma. In primo luogo, per credibilità del narratore s'intende non tanto lo statuto epistemico attribuito al racconto dal bambino, che evidentemente non riuscirebbe a definire, ma alla forza affettiva intercorrente nella relazione tra il bambino e il genitore. Ovviamente, tanto più vi è una forte relazione affettiva e una demarcata presenza genitoriale, tanto più sarà stabile la narrazione introiettata.

In secondo luogo, il concetto di conferma si lega al concetto di socializzazione secondaria, poc'anzi citata, nel quale a giocare un ruolo determinante sarà il contesto più ampio di vita del bambino. Ove s'inscriveranno i vari conflitti di definizione del reale tra la narrazione affettiva genitoriale e

⁵ Orwell George. (1984). *La strada di Wigan Pier*. Milano. Mondadori pp 137-144

l'ambiente esterno, che può portare a rinforzare le narrazioni introiettate o a modificarle. Per come viene definita la socializzazione secondaria da Berger e Luckmann (1969):

*“è l’interiorizzazione di sottomondi istituzionali o fondati su istituzioni. (...) potremmo dire che la socializzazione secondaria è l’acquisizione della conoscenza legata ad un ruolo;”*⁶

Lo scontro fra il mondo di senso esterno ed interno farà sì che nel soggetto si stabilizzi una precisa dimensione di comprensione ed interpretazione del reale, che viene definita come la realtà della vita quotidiana.

1.2 LA REALTÀ DELLA VITA QUOTIDIANA

*“Nell’essere umano la coscienza è sempre un’attività intenzionale, essa tende sempre ad oggetti. Non possiamo percepire qualche substrato putativo della coscienza in quanto tale, ma solo la coscienza di una cosa o di un’altra. (...). La diversità di tali oggetti si manifesta come costitutivi di sfere di realtà differenziate. Il soggetto è dunque in grado di spaziare fra sfere diverse di realtà. Ho quindi coscienza di un mondo costituito da realtà molteplici.”*⁷

Come teorizzato da Berger e Luckmann (1967) siamo consapevoli dell’aspetto multiforme del reale e della sua composizione a più dimensioni, e nel nostro procedere, o forse meglio vagare, tendiamo a focalizzarci e a cristallizzarci in una dimensione specifica, personale che riprendendo la terminologia degli stessi definirò come *“realtà della vita quotidiana”*.

Essa è un mondo stabile e coerente attraverso la quale basiamo e strutturiamo il nostro rapporto con la realtà esterna. Potremmo vederla anche come il filtro prospettico con cui interpretiamo i fenomeni sociali. È legata in maniera inscindibile al mio qui e ora, quindi alla mia corporeità e alla mia gestione dello spazio, facendo dunque, esperienza della vita comune, in termini e gradi differenti di vicinanza e di lontananza.

È la realtà a diretto contatto con la nostra capacità di manipolazione corporea, lo spazio in cui agiamo e nel quale dedichiamo la maggior parte del mio tempo. Essa è anche un mondo intersoggettivo, che condividiamo costantemente, e da ciò ci si rende conto che il “mio mondo” non è esattamente come quello degli altri, ma, nonostante ciò, so di vivere con essi in un mondo comune, ove vi è una continua corrispondenza tra la mia attribuzione di significato e i loro significati, condividiamo in sostanza un

⁶ Berger Peter. L. Luckmann Thomas. (1969). *La realtà come costruzione sociale*. Il Mulino. Bologna. p 176

⁷ Berger Peter. L. Luckmann Thomas (1969). *La realtà come costruzione sociale*. Il Mulino. Bologna, p 44

senso comune a questa realtà. Tali diverse sfere di significato sono circoscritte e situate inevitabilmente all'interno di una realtà dominante che le comprende, un frame entro cui esse si inscrivono. Come affermato nel paragrafo precedente, è proprio in tale contesto che il ruolo della conferma alla socializzazione primaria trova il proprio terreno di perfezionamento, rinforzando o all'opposto cancellando le credenze instillate dagli esecutori materiali del processo.

Considerando dunque l'inevitabile interazione con l'alterità, scaturita dalla nostra immersione nel mondo sociale, io percepisco l'altro attraverso tipizzazioni e categorizzazioni, schemi cognitivi di riferimento, che mi permetteranno di interpretare e attribuire significato all'interazione. Percepirò l'altro come "tipo", ovvero appartenente ad una categoria ben specifica e ciò mi porterà a generare nell'interazione una situazione tipica di quella particolare categorizzazione che ho prodotto.

La realtà della vita quotidiana è quindi rappresentabile come un incessante lavoro di tipizzazioni che diventano progressivamente anonime a mano a mano che ci si allontana dall'hit et nunc dell'interazione diretta. La struttura sociale è la somma totale di queste tipizzazioni e dei modelli ricorrenti di interazioni.

La nostra espressività comunicativa tende all'oggettivizzazione, e tali oggettivizzazioni servono come elementi più o meno duraturi dei processi soggettivi dei loro produttori, permettendo così che la loro utilizzabilità venga estesa al di là dell'incontro diretto. Un esempio che può rendere più chiaro il ragionamento posto è quello di immaginare un atteggiamento di ira, il quale, durante un'interazione, si palesa attraverso dei chiari indizi (la mimica facciale, l'utilizzo di un certo tono di voce ecc.). Tali indizi sono esattamente quelle oggettivazioni prodotte durante l'interazione, che andranno a costituire tipizzazioni utili per comprendere la situazione che stiamo vivendo, permettendoci di agire nella maniera più consona e rapida che conosciamo.

La realtà della vita quotidiana non è solamente costituita da costanti oggettivazioni, ma è possibile solamente attraverso ad esse. Tra queste oggettivazioni probabilmente la più importante è da ritenersi la significazione, cioè l'attività umana di produzione di segni. Anch'essi rientrano all'interno di sistemi, nei quali andremo a definire come sistemi di gesticolazione, movimenti corporei tipici. Tale attività di significazione riserba nel linguaggio il più importante sistema di segni. Esso è in grado di essere un grande magazzino di "*vasti cumuli di significato*" (Berger e Luckmann 1966, p 52) e di esperienza che può conservarsi ed essere condivisa nel tempo.

Attraverso il linguaggio le esperienze vengono classificate in categorie generali che, per quanto strettamente personali e avendo un senso prevalentemente soggettivo, posseggono anche una valenza sociale, ovvero sono sensate anche per gli altri. Questo processo di classificazione implica l'attribuzione di anonimità di quella particolare esperienza, nel senso che si astrae dalla situazione su cui essa insorge, per essere accumulata in linea di principio, ad altre esperienze che allo stesso modo vengono classificate.

Per fare un esempio, che possa chiarire in termini un po' meno astratti quanto scritto fino ad ora citerò direttamente gli autori che con ironia esemplificano in maniera chiara quanto affermato:

“(...) se io litigo con la suocera: questa esperienza concreta e soggettivamente unica è classificata linguisticamente sotto la categoria del -conflitto con la suocera-. In questa tipizzazione essa ha senso per me, per altri, e presumibilmente per mia suocera. La stessa tipizzazione implica però l'anonimità. Non solo io ma chiunque (chiunque rientri nella categoria del genero) può avere conflitti con la suocera. In questo modo, le mie esperienze biografiche sono costantemente classificate secondo ordini generali di significato che sono reali sia soggettivamente sia oggettivamente.”⁸

È definito “linguaggio simbolico” quel ponte che si instaura fra sfere di realtà circoscritte e separate, esso si pone come simbolo di mediazione fra esse attraverso la sua capacità di trascendere e integrare tali sfere. Ha la capacità di liberarsi dall'Hit et Nunc dell'interazione, attualizzando in qualsiasi momento un intero mondo di esperienza e situazioni.⁹

Attraverso il linguaggio quindi, si può accedere ad un intero mondo simbolico, la cui capacità di trascendere e di integrare si mantiene anche nel momento in cui non vi è una vera e propria conversazione. Si muove aldilà della “realtà della vita quotidiana” in quanto può riferirsi ad esperienze che appartengono a sfere circoscritte di significato.

In questo modo il simbolismo e il linguaggio simbolico divengono componenti essenziali della realtà e della sua percezione fondata sul senso comune, io vivo ogni giorno in un mondo di segni e simboli. All'interno dei campi semantici così costruiti tanto l'esperienza biografica che quella storica possono venire oggettivate, conservate e accumulate. L'accumulazione è selettiva e i campi semantici determinano ciò che sarà mantenuto e ciò che sarà dimenticato dell'esperienza sociale dell'individuo come della società. Sostanzialmente quindi opererà una certa selettività nelle classificazioni delle

⁸ Berger Peter L. Luckmann Thomas. (1969). *La realtà come costruzione sociale*. Il Mulino. Bologna, p,59

⁹ A tal riguardo, più avanti parleremo di frame cognitivi o Cornici di significato introdotti da Lakoff (Lakoff George. (2019). *Non pensare all'elefante. Come riprendersi il discorso politico*. Chiarelettere. Milano) che andranno ad approfondire come l'utilizzo del linguaggio possa richiamare specifici schemi cognitivi che andranno a modificare il modo con cui un soggetto esprimerà o si formerà una determinata opinione.

esperienze. Attraverso questa accumulazione di conoscenze, esse possono essere trasmesse di generazione in generazione dando degli strumenti direttamente disponibili all'individuo nella vita quotidiana. Io vivo nel mondo del senso comune della vita quotidiana fruendo di specifici bagagli di conoscenza. Tale dinamica dell'esperienza veicolata dal linguaggio è ben descritta da Nigris, in "Dinamiche dell'opinione" (Nigris, 2021) nel capitolo Informazione, credenza e azione sociale.¹⁰

La realtà della vita quotidiana è quindi estremamente influenzata dall'interazione con gli altri e alla comune condivisione e partecipazione al bagaglio di conoscenze socialmente disponibili. Tale bagaglio che potremmo definire più correttamente "conoscenza sociale" è:

"frutto di un accumulo di esperienze collettive, le cui componenti utili si cristallizzano in quel corpus cui diamo il nome di cultura di una società."

Essa quindi mi permette di utilizzare schemi di tipizzazione differenziati, di esperienze non mie e totalmente estranee al mio mondo, all'interno della mia dimensione, nella dimensione della vita quotidiana. In tal contesto potremmo dilungarci a lungo sulla distribuzione differenziata di questo bagaglio di conoscenze, nel senso di possesso differenziato di essa fra gli individui all'interno di una comune realtà sociale. Potremmo inoltre proseguire sul grado sempre più verticistico e complesso di tali conoscenze sociali che le società attuali vivono, la specializzazione degli universi simbolici, ma in tal contesto mi fermerò per proseguire su un ulteriore elemento che ci permetterà in seguito di possedere gli strumenti concettuali necessari per comprendere maggiormente il fenomeno della manipolazione informativa.¹¹

In definitiva quindi la realtà della vita quotidiana possiamo definirla come un costrutto epistemico coerente perché rappresenta sostanzialmente il modo con cui un individuo interpreta sé stesso e il mondo sulla base delle categorizzazioni e delle tipizzazioni che durante il processo di socializzazione primaria e secondaria sono andate a generarsi. È quindi la base attraverso cui noi vediamo il mondo, percepiamo gli altri, interpretiamo fenomeni e costruiamo inferenze ed opinioni su determinati elementi della realtà esterna.

¹⁰ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Bonanno editore. Roma. p 19-28

¹¹ Le digressioni sopracitate torneranno ad essere maggiormente chiarite quando discuteremo sulla perdita di credibilità degli esperti e del mondo delle istituzioni.

1.3 IL MODELLO CCR **Credenza Collettivamente Riconosciuta**

Se è possibile dire che l'uomo ha una natura, ha più significato dire che l'uomo costituisce la propria natura, o più semplicemente, che l'uomo produce sé stesso.¹²

Come abbiamo visto nell'introduzione in realtà il termine *conoscenza* utilizzato nei paragrafi precedenti, ha una natura fortemente problematica, proprio perché arrivare a definire cosa sia in sostanza una conoscenza vera, si cade in una logica circolare alla quale difficilmente potremmo uscire. Recuperando quanto affermato nel paragrafo precedente andremmo a definire la conoscenza in termini più pragmatici, senza indagare sulla veridicità delle sue premesse. Ciò che ci importa infatti è il suo rapporto stretto con l'esperienza, perché è attraverso ad essa che si forma la conoscenza. L'esperienza è il rapporto primigenio che l'individuo intrattiene con la realtà in cui è immerso, acquisire esperienza infatti, potremmo considerarla come la capacità di un individuo di gestire la propria vita all'interno di un determinato ambiente (Nigris, 2021). Come abbiamo visto la peculiarità umana sta nel grado con cui riesce a tipizzare determinate situazioni, sociali, ma anche caratteristiche naturali dell'ambiente in cui è immerso. Tali tipizzazioni vengono "cristallizzate", perdono le caratteristiche dell'immediatezza e divengono schemi interpretativi di fenomeni che possono dare risposte immediate a stimoli già esperiti. Tutto ciò non ha solamente un carattere individuale, bensì anche sociale, come abbiamo visto è attraverso il linguaggio che il soggetto determina il grado ultimo di oggettivazione dell'esperienza, facendo sì che un altro individuo possa fruire dell'altrui esperienza per rispondere in maniera efficace a stimoli ai quali quella medesima esperienza corrisponde. In questo contesto va a formarsi un elemento più ampio, ciò che potremmo definire come "*conoscenza sociale*". Come si deduce, essa è l'accumulo di esperienze collettive che si cristallizzano in quello che è anche definito cultura (Nigris, 2021). A tale proposito potremmo interrogarci ulteriormente sulla natura dell'esperienza, andando a demarcare in maniera più netta tra un'esperienza di tipo soggettivo o una di natura mediata. Ciò ci conduce infatti, riprendendo Berger e Luckmann alla "*specializzazione degli universi simbolici*", ovvero alla considerazione sulla distanza tra l'esperienza concreta di un determinato fenomeno e la mediazione finale alla quale giunge all'individuo

¹² Berger Peter. L. Luckmann Thomas. (1969). *La realtà come costruzione sociale*. Il Mulino. Bologna p 40

sottoforma di informazione. Nel mondo attuale, infatti, come già Weber evidenziò definendo “*la ragione intellettualizzante*”¹³ vi è un enorme distanza con l’esperienza diretta, viviamo in una società altamente complessa, dove i processi di divisione sociale del lavoro crescono costantemente, e conseguentemente, ad accrescere è anche il grado di specializzazione delle conoscenze e delle competenze. L’esperienza soggettiva dipende sempre più dai portati di esperienza sedimentata che vengono culturalmente trasmessi, perde quindi sempre più d’importanza l’esperienza diretta. Avremmo quindi bisogno di una base sempre più ampia di conoscenze che aumenterà il numero “*di specialisti dei quali saremmo costretti a sospendere il dubbio metodico, e porre in essere un apertura fiduciaria*” (Nigris, 2021).

Ciò che costituisce il collegamento tra l’esperienza e la conoscenza è l’informazione. L’elemento centrale che caratterizza l’informazione è la sua trasmissibilità che non viene consumata dal suo utilizzo, ma anzi ad una maggiore condivisione viene aumentata. Non dobbiamo a questo punto però confondere il concetto di Informazione, nel senso più pragmatico del termine quindi facente parte del campo discorsivo del sistema dell’informazione ma definirò l’informazione attraverso l’esposizione che ne fa Nigris:

*“un enunciato o un’asserzione a proposito di uno stato di cose il cui contenuto preposizionale sia considerato vero o verosimile e risulti innovativo per chi vi entra in contatto”*¹⁴

Da tale definizione possiamo trarre due elementi che caratterizzano l’informazione e che sono condizioni essenziali affinché essa sia fruibile. In primo luogo, il concetto d’innovatività dell’informazione intende semplicemente che ciò che viene trasmesso non deve fare parte del repertorio del “già noto” del soggetto, inoltre deve essere riconoscibile, quindi, facente parte comunque di un repertorio semantico affine al ricevente, e rilevante, nel senso che la sua utilità deve essere avvertita, altrimenti l’informazione risulterà sterile per la sua totale mancanza di appetibilità. Il secondo aspetto, ovvero sulla considerazione di verosimiglianza, si lega alla dimensione specifica della credenza che come spiega Nigris essa è:

*“(…) un contenuto coscienziale rivolto ad un oggetto cognitivo (facente parte del mondo esperienziale – interno o esterno – del soggetto) che il soggetto ritiene vero, o verosimile.”*¹⁵

¹³ Weber Max. (1948). *Il lavoro intellettuale come professione. Due saggi*, Torino, Einaudi

¹⁴ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell’opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Bonanno editore. Roma p 34

¹⁵ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell’opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Bonanno editore. Roma p 40

Ciò che noi crediamo, non ci dice nulla sulla verità del nostro credere, e nemmeno della sua ragionevolezza, come vedremo in seguito siamo costantemente ingannati dai nostri sensi, dalle nostre sensazioni e dai nostri stati d'animo, ma ciò non ci impedisce di continuare a vivere un'esistenza più o meno tranquilla. La cosa fondamentale perché un soggetto si appropri di una particolare credenza, come abbiamo visto in precedenza sulla socializzazione, è che esso la ritenga reale, vera. E perché ciò sia possibile dev'esservi una condizione ambientale e una predisposizione alla ricezione della stessa.

L'aspetto "ambientale" riguarda l'interazione con altri soggetti, spesso tali relazioni inciampano nella conflittualità e ciò perché come abbiamo in precedenza detto, ogni definizione di "realtà della vita quotidiana", ogni costrutto epistemico è unico in quanto soggettivo, e per quanto condivide con l'alterità, quindi con altri costrutti, determinate categorizzazioni e tipizzazioni, essi non saranno mai identici fra loro ma costantemente mutevoli. Non ci interessa per ora il loro grado di mutabilità ma sottolineare come sia la credenza e le sue implicazioni per cui essa si genera, a determinare l'assunzione di determinati costrutti esterni all'individuo.

Se riprendiamo l'esempio tratto dal brano autobiografico di Orwell¹⁶, constatiamo come il credere che la classe operaia possedesse per natura un aspetto "disumano" e "barbaro" fosse un elemento infuso dal processo di socializzazione a cui egli è stato sottoposto. All'epoca bambino, Orwell non possedeva ulteriori elementi per constatare se il suo modo d'interpretare l'uomo lavoratore fosse legittimo o meno. La realtà della vita quotidiana in cui era immerso infatti legittimava pienamente tali credenze trasmesse assumendo un elevato grado di veridicità proprio in quanto non vi erano elementi che potessero disconfermare tale asserzione. Se nella sua crescita Orwell non avesse trovato interazioni fra soggetti che possedevano un'opinione del mondo operaio diversa da quella lente interpretativa, il grado di verità attribuito a tale credenza sarebbe risultato invariato.

Ciò accade perché la nostra cognizione del mondo viene plasmata costantemente dall'interazione con gli altri e non solamente dalle categorie o dai modelli della cultura di appartenenza. Essa è un processo molto più relazione che individuale, che si iscrive in un contesto fiduciario. La questione si complica nel momento in cui tale credenza interagisce con il mondo esterno, e perché essa regga deve essere sostenuta da una meta-credenza, ovvero in un sistema epistemico che legittimi il contenuto della credenza nei confronti del mondo (Nigris, 2021), e ne garantisca il contenuto nei nostri stessi confronti.

¹⁶ Orwell George. (1984). *La strada di Wigan Pier*. Milano. Mondadori

Seguendo il percorso logico posto da Nigris, che assumendo il teorema di Thomas, “*se gli esseri umani definiscono le situazioni come reali, esse saranno reali nelle loro conseguenze*”, ne dà una nuova rilettura ampliandone la forma originale in:

“Se un collettivo crede che qualcosa sia vero o verosimile, quel qualcosa – lo sia effettivamente, o meno – sarà vero o verosimile nelle conseguenze delle azioni informate da quella credenza.”¹⁷

Ne deduciamo quindi come la mia azione sociale dipenderà dalle premesse costituite dalla credenza e che essa sarà giustificata anche qualora la credenza su cui mi baso è frutto di falsità, in quanto coerente.

Le caratteristiche della conoscenza sarebbero dunque l’atto del credere, la verità del contenuto, e il fatto che il soggetto è giustificato a credere una certa cosa. La giustificazione risulta essere l’elemento più problematico, e ciò perché, se si ponesse l’idea di giustificazione assumibile dal contesto, potremmo incorrere in infiniti problemi logici qualora ciò a cui sono legittimato a credere è fattualmente un’idiozia.

Il modello sopra descritto è quello che prende il nome di JTB (Justified, True, Belief). Esso è stato attaccato da molte critiche, soprattutto da Edward Gettier,¹⁸ che ha generato i c.d. problemi di Gettier o di gettierizzazione, che pone la casualità come elemento problematico. Con ciò s’intende che, se un soggetto crede in qualcosa di oggettivamente vero e contestualmente legittimo ma che ciò sia ottenuto per pura casualità, potremmo ancora definire ciò come conoscenza nei termini posti dal modello JTB?

Per sfuggire a questi inciampi logici nella maggioranza dei casi si opta per due strade, o si giunge ad aggiungere alla definizione altri requisiti oltre alla giustificazione, oppure si rinuncia a quest’ultima. Nel primo caso il modello assumerà la forma di JTB+ e cioè l’eliminazione delle premesse false, quindi riprendendo il modello iniziale, credo in un’asserzione (x), (x) è vera, sono giustificato nel credere che (x), il mio credere che (X) non è inferito da nessuna premessa falsa. L’altro criterio è la rinuncia al criterio di giustificazione a favore dell’affidabilità, in questo caso la conoscenza JTB diventerebbe una conoscenza RTB, basata su un processo cognitivo affidabile. Esse però non sono sufficienti a sfuggire dal relativismo epistemologico che generano, dovremmo essere in grado di riconoscere se non la verità di determinate acquisizioni del pensiero, certamente la loro ordinabilità rispetto ad altre su una scala di verosimiglianza. Ciò però, non si inserisce in un contesto propizio,

¹⁷ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell’opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Buonanno editore. Roma p 44

¹⁸ Gettier Edmund L. *Is justified true belief knowledge?* “Analysis”, 23(6), 1963 pp.121-123

ove la disinformazione impera e la sfiducia alle istituzioni e alle scienze è ai livelli più alti. Potrà servirci allora l'assunzione di un ulteriore punto di vista da assumere insieme al modello JTB, ovvero quello precedentemente anticipato, l'approccio CCR ovvero credenza collettivamente riconosciuta.

Con esso s'intende: se un collettivo crede che qualcosa sia vero o verosimile, quel qualcosa – che lo sia o meno – si manifesterà come vero o verosimile nelle conseguenze delle azioni informate da quella credenza e dalle opinioni che da essa derivano. Di converso, se qualcosa che sia dimostrabilmente vero o verosimile non viene riconosciuto come tale da un collettivo, esso non porterà ad azioni informate da quella conoscenza. ¹⁹

Ciò può indurre in quello che Goldman²⁰ definisce come relativismo nichilistico, ovvero la posizione secondo cui ogni sistema epistemico è tanto comprensibile quanto valutabile soltanto alla luce delle proprie premesse. È una posizione estremamente pericoloso: ponendo sullo stesso piano qualsiasi sistema epistemico, può portare ad un atteggiamento indifferentista, tanto sul piano scientifico quanto sul piano etico.

Ecco perché dunque, tali prospettive devono essere assunte contemporaneamente per poter analizzare i fenomeni sociali.

Nel prossimo capitolo tratterò il concetto di credenza sotto un profilo diverso, utilizzerò infatti il termine “credulità” quella tendenza dell'uomo a incappare in ciò che abbiamo descritto come una credenza falsa, non basata sull'oggettività, ma sufficientemente coerente da guidare l'agire sociale.

¹⁹ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Buonanno editore. Roma p 53

²⁰ Goldman Alvin. I. *A guide to social epistemology*. in: Goldman Alvin. I. & Whitcomb Donald, a cura di, *social epistemology. Essential readings*, New York, Oxford university Press, 2011, pp.11-37

CAPITOLO 2

UMANO TROPPO UMANO

Ma c'è un quesito più profondo. Per che cosa è fatta la nostra mente? È come se fossimo in possesso delle istruzioni per l'uso sbagliate. La nostra mente non sembra fatta per pensare e riflettere; se lo fosse, per noi oggi le cose sarebbero più semplici. Ma in tal caso non esisteremmo e io non sarei qui a parlarne: il mio ipotetico antenato riflessivo e introspettivo sarebbe stato mangiato da un leone, mentre suo cugino non pensante, ma rapido e reattivo, sarebbe corso a cercare riparo. Considerate che pensare richiede tempo e in genere rappresenta un grande spreco di energia, che per più di cento milioni di anni i nostri antenati sono stati mammiferi non pensanti e che nel brevissimo lasso di tempo in cui abbiamo usato il cervello l'abbiamo utilizzato su soggetti troppo marginali. Le prove dimostrano che pensiamo assai meno di quanto crediamo, tranne, naturalmente, quando ci pensiamo.²¹

Sembra che l'evoluzione della capacità di ingannare derivi dalla volontà della specie umana di negare la propria inevitabile mortalità.²²

L'essere umano, in quanto soggetto pensante (o quasi), fa della ricerca di modelli, associazioni e significati l'attività psichica di primo grado. Siamo costantemente alla ricerca di schemi finalizzati a rendere la realtà esterna conoscibile e controllabile, preordinando un certo grado di risposta agli stimoli provenienti dall'esterno. Sebbene la creazione di senso sia per lo più adattiva e funzionale, tale propensione ci spinge alla ricerca di modelli e schemi che possano ridurre l'incertezza determinata dalla casualità, anche dove di modelli di riferimento non ve ne sono, facendoci incappare nella credulità²³.

Tendiamo tutti a sottovalutare fortemente la casualità di alcuni fenomeni, attribuendo e percependo un determinato ordine in fenomeni del tutto o in parte casuali. Tale tendenza viene spesso descritta come apofenia²⁴. Un altro esempio ben noto è la pareidolia, in cui le persone percepiscono i modelli

²¹ Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il cigno nero*. Il saggiatore. Milano. p 15

²² Nicita Antonio. (2021). *Il Mercato delle verità. Come la disinformazione minaccia la democrazia*. Il Mulino. Bologna. p 78

²³ Per credulità mi riferisco ad una credenza fattualmente errate ma vera e coerente per il soggetto.

²⁴ L'apofenia (dal greco ἀποφαίνω, «apparire, mettere in luce, far diventare») è definibile come l'attitudine di un individuo nel riconoscere schemi o connessioni tra informazioni che non hanno una significativa

o forme e immagini familiari in stimoli vaghi o casuali, come le forme delle nuvole, o, in macchie d'inchiostro informi ²⁵ (test di Rorschach).

L'adattività con cui abbiamo appena descritto la tendenza a ricercare schemi di casualità (Forgas & Baumeister 2019), sta ad indicare la strumentalità della stessa nella sopravvivenza della vita umana nell'evoluzione, il costo di non percepire uno schema dove ce n'è uno, è spesso più alto che percepire uno schema dove non ce n'è uno. Non riuscendo a stabilire la connessione tra, ad esempio, un rumore e la presenza del predatore potrebbero facilmente portare la preda ad essere divorata, ma percepire erroneamente un rumore casuale come una minaccia ha conseguenze molto meno gravi.

A livello sociale, la tendenza a dedurre causalità in eventi casuali o non correlati spesso produce credenze errate, superstizione, deduzioni errate, errori causali, teorie del complotto e spesso violenza e aggressione. Le deduzioni errate sono facilmente sfruttate da propaganda politica o pubblicità e svolgono un ruolo importante nel processo di policy making, decision making e di accountability. La storia è gravida di crudeltà e violenze commesse per inferenze casuali del tutto errate.

Il fenomeno sta assumendo proporzioni altamente rischiose per la tenuta dei sistemi liberali e democratici, come riportato già da Nigris (2021), Dorato (2020), Nichols (2018). L'incapacità ad una lettura più attenta alla realtà ha portato all'elezione di leader che fomentano la disinformazione, l'odio della diversità e la sfiducia alle istituzioni.

Un importante elemento di attualità che promuove la credulità è l'avvento di Comunicazione basata su Internet. Fino a poco tempo fa, era la classe privilegiata di esperti e ricercatori istituzionalmente riconosciuti ad avere il privilegio o, meglio, il dovere di "informare" i più, su fatti ed eventi avendo come fine quello di giungere ad una verità o quanto meno ad una risposta ai problemi quanto più oggettiva. Oggi però hanno perso il monopolio dell'informazione, nonché quel legame di fiducia che legava le persone alle istituzioni, e che ne attribuiva credibilità e sicurezza. Sul tema Tom Nichols (2017) pone un'esaustiva riflessione in merito alla perdita di credibilità degli esperti connotando la relazione comunicativa fra essi e il pubblico attraverso caratteri di funzionalità tecnica²⁶. Sarebbe

correlazione logica. Il termine è stato coniato nel 1958 da Klaus Conrad, che la definì come una "immotivata visione di connessioni" accompagnata dall'attribuzione ad essi di una "spropositata significatività". Spesso viene usata come spiegazione alla base della diffusa credenza nei fenomeni paranormali e religiosi, nonché della fiducia nelle pseudoscienze.

²⁵ il test di Rorschach (pr. /'ro:rʃax/), così chiamato dal nome del suo creatore Hermann Rorschach (1884-1922), è un noto test psicologico proiettivo utilizzato per l'indagine della personalità. In particolare, fornisce dati utili per quanto riguarda il funzionamento del pensiero, l'esame di realtà, il disagio affettivo e la capacità di rappresentazione corretta di sé e degli altri nelle relazioni.

²⁶ *"Mi ricucia questo taglio alla gamba, ma non mi faccia ramanzine sulla mia dieta (più di due terzi degli americani sono in sovrappeso); mi aiuti a superare questo problema con le tasse, ma non mi ricordi che*

davvero un effetto ironico e paradossale se l'immenso successo della nostra "era scientifica" sarebbe minato dal progresso dell'informazione che ha contribuito a creare. Dato il danno che il populismo, la demagogia, le "notizie false" e l'ondata crescente di politica identitaria e nazionalismo hanno prodotto nella nostra vita pubblica, una migliore comprensione della credulità è di fondamentale importanza.

Ma perché la credulità è una caratteristica così fondamentale e universale dell'umanità? Uno dei fondamenti psicologici della credulità, paradossalmente, sembra essere la capacità universale di attribuire fiducia, accettare informazioni di seconda mano che riceviamo da altri come un proxy per la realtà. Infatti, la nostra storia evolutiva suggerisce che forse lo sviluppo cognitivo più rivoluzionario della nostra specie si è verificato quando abbiamo realizzato il passaggio dall'essere creature legate alla realtà immediata e al suo divenire a soggetti che possono agire in base a informazioni simboliche consensuali (Sgobba, 2020).

Per migliaia di anni, l'organizzazione sociale si è basata sulla condivisione credenze religiose, legittimando i poteri divini di sacerdoti e governanti. Dal punto di vista attuale queste convinzioni potrebbero essere viste come esempi di credulità collettiva. Ancora oggi, le credenze in fenomeni dubbi come l'omeopatia, i cristalli, terapie alternative, anti-vaccinazione, interventi soprannaturali nella vita quotidiana e persino rapimenti alieni, per non parlare di cospirazioni di ogni tipo, ancora abbondano. Se guardiamo sotto un'altra prospettiva il fenomeno, ci rendiamo conto che la condivisione e l'accettazione di informazioni non confermate e fittizie può essere altamente funzionale all'aspetto organizzativo della società. Del resto, anche la nostra cultura attuale si basa non meno pesantemente sulla condivisione e accettazione di narrazioni incomplete o fittizie. L'idea dello stato nazionale come entità simbolica è ancora oggi la base di gran parte delle organizzazioni politiche. Prendiamo l'esempio della carta moneta: la sua utilità dipende totalmente dalla convinzione fittizia condivisa che abbia un valore reale. Il momento in cui questa finzione condivisa viene abbattuta – in tempo di guerra, crisi finanziaria, iperinflazione, ecc.- le banconote di valore diventano pezzi di carta inutili.

La nostra epoca si basa sui valori culturali e morali generati dall'Illuminismo: la convinzione condivisa che l'umanesimo, la libertà individuale e l'uguaglianza sono valori universali, desiderabili

dovrei redigere un testamento (grossomodo la metà degli americani con figli non si è mai preoccupata di scriverne uno); mantenga il mio Paese sicuro, ma non mi stia a confondere con i costi e i calcoli che riguardano la sicurezza nazionale (la maggior parte dei cittadini americani non ha idea, neppure lontanamente, di quanto ammontino le spese militari degli Stati Uniti)". Nichols Thom. (2017) La conoscenza e i suoi nemici. L'era dell'incompetenza e i rischi per la democrazia. LUISS University Press. Roma

e naturali. Non è anche questa una finzione? Chiaramente la libertà non è né uno stato naturale né uno stato universale per gli esseri umani nel mondo reale. L'uguaglianza è ancora più nebulosa: finché le persone nascono con caratteristiche biologiche, intellettuali e fisiche estremamente diverse, in che senso si può parlare di uguaglianza, o addirittura attribuirle un significato valore universale? Il rapporto fra essi come dimostrato da Ranciere (2011) e Montesquieu (1999)²⁷ sono di difficile prossimità.

Eppure, questa attitudine alla credulità può essere un meccanismo cognitivo utile e adattivo che consente grandi e complesse forme di organizzazione sociale, il cui funzionamento si basa su tali credenze fittizie condivise. Quindi la verità accettata di oggi può facilmente diventare la credulità del domani.

La credulità però come fin qui descritta appare fin troppo una questione di cultura, di ceto. Questo però non è il mio intento, dato che come a breve dimostrerò, la cultura e il ceto di un individuo non lo rendono immune dai fenomeni di credulità. Ciò dovuto in primo luogo dalla nostra struttura cognitiva, che, come vedremo, è organizzata in modo tale da fornire risposte ad input ambientali in maniera del tutto irriflessiva ed automatica.

All'interno della psicologia, i giudizi e le decisioni umane erano tradizionalmente studiati utilizzando il modello dell'elaboratore razionale delle informazioni (Piaget, 1950) o "scienziato ingenuo" come modello preferito. Tuttavia, ci sono prove crescenti dell'irrazionalità o della "razionalità limitata", nell'assunzione decisionale del soggetto (Kahneman 2011).

2.1 IL SISTEMA UNO E DUE

*Pensano che l'intelligenza consista nell'individuare cose rilevanti (ossia nello scoprire regolarità); in un mondo complesso l'intelligenza consiste piuttosto nell'ignorare le cose non rilevanti (ossia nell'evitare false regolarità).*²⁸

Una grande chiave di lettura a proposito ci viene dal lavoro svolto da Kahneman e Tversky²⁹, nell'indagine sull'apparente irrazionalità del processo decisionale in un individuo. Essi per descrivere

²⁷ Rancière Jacques (2011) *Ai bordi del politico*. Cornucopia. Napoli

D. Tocqueville Alexis (1999). *La democrazia in America*. Rizzoli. Milano

²⁸ Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il letto di Procuste. Aforismi per tutti i giorni*. Il saggiatore. Milano p 55

²⁹ Mi riferisco all'opera scritta solamente da Daniel Kahneman, sebbene essa se pur scritta dall'autore è frutto dalla collaborazione nonché grande amicizia con Tversky come spiegato nell'introduzione a pagina 5. Kahneman Daniel. (2011). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano

il funzionamento della presa decisionale di un individuo definirono il sistema cognitivo scisso in due apparati divergenti, spesso in contraddizione e costretti a collaborare, denominati per comodità di comprensione sistema uno e sistema due. La differenza fra i due sistemi sta nell'attività che essi intrattengono. Il sistema uno viene descritto come rapido, automatico e in grado di dare risposte agli input ricevuti dall'esterno in maniera del tutto non riflessiva, senza un impegno cognitivo di una certa importanza. Il sistema due, al contrario, è indirizzato a risolvere compiti complessi, ove vi è la focalizzazione dell'individuo in uno specifico compito, o una specifica intenzionalità. Nelle parole dell'autore:

“Le etichette di «sistema 1» e «sistema 2» sono ampiamente usate in psicologia, ma mi spingo al punto di dire che si può leggere questo saggio come uno psicodramma con due personaggi. Quando pensiamo a noi stessi, ci identifichiamo con il sistema 2, il sé conscio e razionante che ha delle convinzioni, opera delle scelte e decide cosa pensare e cosa fare. Benché il sistema 2 creda di trovarsi dove si trova l'azione, è il sistema automatico 1 il protagonista del libro. Definisco il sistema 1 come impressioni e sensazioni che originano spontaneamente e sono le fonti principali delle convinzioni esplicite e delle scelte deliberate del sistema 2. Le operazioni automatiche del sistema 1 generano modelli di idee sorprendentemente complessi, ma solo il sistema 2, più lento, è in grado di elaborare pensieri in una serie ordinata di stadi. Descriverò anche le circostanze in cui il sistema 2 prende il sopravvento, prevalendo sui liberi impulsi e le libere associazioni del sistema 1. Sarai invitato a considerare i due sistemi come agenti con proprie capacità, propri limiti e proprie funzioni individuali.”³⁰

L'interazione fra i due sistemi è una costante ed entrambi operano quando siamo svegli. Ovviamente il primo è molto più attivo del secondo, che normalmente, rimane latente in una condizione di minimo sforzo. Il primo produce continuamente spunti utili al secondo assumendo la forma di intuizioni, sensazioni, impressioni. Se accolte dal sistema 2, le impressioni si trasformano in credenze e gli impulsi in azioni volontarie. Quando tutto fila liscio non vi sono problemi, e il sistema due tende a adottare tutti gli stimoli che il sistema uno fornisce, senza modificarli o elaborarli ulteriormente. Mentre quando il sistema uno incappa in difficoltà, cercherà l'aiuto del sistema due per poter elaborare più accuratamente la situazione, per risolvere la contingenza del problema. In sostanza il sistema due si attiva in tutti quei momenti in cui il sistema uno non è in grado di rispondere alle

³⁰ In Kahneman Daniel. (2011). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano p 24

necessità del momento. La divisione del lavoro tra sistema uno e due è altamente efficiente, in quanto riduce al minimo lo sforzo cognitivo del soggetto. Tale organizzazione è efficiente per la maggioranza del tempo e questo perché il sistema uno ha modelli situazionali precisi e le sue predizioni a breve termine sono di solito efficaci perché basate sulla tipicità degli eventi che un soggetto esperisce nell'arco della sua giornata. Il sistema uno però è soggetto a bias, errori sistematici che tende a commettere in situazioni specifiche. Inoltre, per com'è strutturato esso non si può spegnere, rendendoci “non liberi” di avere costanti input dall'ambiente esterno.

2.2 ALCUNE CARATTERISTICHE DI SISTEMA

La conoscenza è sottrattiva, non additiva: è importante quel che sottraiamo (la riduzione attraverso l'eliminazione di ciò che non funziona, di ciò che non si deve fare), non quel che aggiungiamo (ciò che si deve fare).³¹

Elencherò alcune delle caratteristiche dei sistemi prima definiti, ciò ci permetterà di comprendere come tali caratteristiche influenzino fin da subito il nostro pensiero, al di là delle nostre credenze o rappresentazioni del mondo, sostanzialmente le falle del sistema che conducono il nostro giudizio in errore in maniera del tutto automatica.

Un primo elemento che caratterizza il nostro sistema cognitivo è il *meccanismo associativo*, con cui associamo due concetti anche molto diversi trovando fra di essi una relazione causale. Per mostrare l'efficacia di questo effetto Kahneman pone due termini, banane e vomito. Con esse elenca non solo i pensieri e le immagini che balenano nella nostra mente sull'istante, ma anche le sensazioni che fisicamente percepiamo a seguito di quel particolare stimolo. La complessa costellazione di reazioni insorte sono state del tutto automatiche, gli eventi che hanno avuto luogo in conseguenza della visione di quelle due parole sono avvenuti attraverso un processo chiamato “*attivazione associativa*”. La caratteristica fondamentale di tale evento è la coerenza, ovvero, ogni elemento è connesso all'altro e ciascuno sostiene e rafforza gli altri. Le parole infatti, evocano ricordi, che si legano ad emozioni, che a loro volta producono espressioni nel volto e altre reazioni, e ciò permette la costruzione di un sistema associativamente coerente. Tutto è stato compiuto dal sistema uno in maniera del tutto istantanea, creando un contesto per gli eventi futuri, preparandoci ad eventi che si sono resi più

³¹ Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il letto di Procuste. Aforismi per tutti i giorni*. Il saggiaiore. Milano p 55

probabili sulla base dello stimolo indotto. Un elemento interessante di ciò è che il sistema uno ha trattato un semplice accostamento tra due termini come una rappresentazione della realtà.

Un ulteriore sviluppo del meccanismo associativo è l'*effetto Priming*, ciò si manifesta in maniera del tutto automatica e inconscia. Se prendiamo per esempio una parola come SO_P e poco prima siamo esposti a concetti come EAT comporre la parola con la lettera mancante al fine di ottenere la parola SOUP e non con la lettera A, avendo per risultato la parola SOAP, la quale avrebbe avuto tale ricostruzione se fossimo stati esposti al concetto di WASH. Tale effetto, sembra solo un piccolo effetto logico del meccanismo di associazione. Per comprendere meglio le potenzialità dell'effetto priming citerò ora l'esperimento condotto da John Bargh³² dell'università di New York, nel quale fu chiesto ad un gruppo di volontari di mettere insieme frasi di quattro parole a partire da una serie di cinque (per esempio trova-egli-lo-giallo-subito). Metà di tali frasi proposte ad uno dei gruppi conteneva parole associate agli anziani come Florida³³, smemorato, grigio ruga. Quando ebbero terminato il compito, furono portati in un'altra stanza per adempiere ad un ulteriore esperimento consistente nel percorrere correndo un piccolo tragitto. I ricercatori calcolarono i tempi di esecuzione di tale esperimento, senza che essi potessero essere visti dai soggetti coinvolti nell'esperimento. Sorprendentemente fu rilevato che essi percorsero il percorso più lentamente rispetto agli altri gruppi. Tale fenomeno comporta due stadi di priming, in primo luogo, la serie di termini innesca la nostra mente a pensieri legati alla vecchiaia, sebbene la parola vecchio non venga mai palesata. Quando i soggetti furono intervistati, tutti dichiararono che consciamente non avevano associato tali termini ad un concetto che li comprendesse, inoltre nessuno si rese conto che tali parole avessero potuto influenzare il loro comportamento successivo. Gli effetti priming reciproci tendono a produrre una reazione coerente: se si è sensibilizzati a pensare alla vecchiaia, si tende ad agire come vecchi, così come comportarsi da vecchi rafforza il pensiero della vecchiaia. Gli studi sull'effetto priming hanno portato alla comprensione di fenomeni che minano l'immagine che abbiamo di noi stessi di soggetti autonomi e consapevoli dei nostri giudizi. Interessanti sviluppi di tali effetti furono condotti da Kathleen Vohs in "The Psychological Consequences of Money"³⁴ nel quale è emerso l'enorme influenza che ha un contesto dove culturalmente vi sono numerosi stimoli legati al denaro, nell'adottare comportamenti nella vita quotidiana. Kahneman lascia a noi un quesito aperto che

³² Bargh A. John, Chen Mark, Burrows Lara. *Automaticity of social Behaviour: Direct Effects of Trait construct and Stereotype Activation in action*, in "Journal of Personality and social Psychology. 71, 1996, pp.230-240

³³ L'autore spiega che la Florida negli Stati Uniti è una famosa meta per i pensionati

³⁴ Vohs D. Kathleen, *The Psychological Consequences of Money*, in «Science», 314, 2006, pp. 1154-1156.

potrebbe farci riflettere sulla pervasività di alcuni stimoli che spesso diamo per scontato, come afferma egli stesso:

“Alcune culture ricordano spesso alla gente il rispetto, altre rammentano continuamente Dio, altre ancora stimolano l’obbedienza con grandi immagini del loro Adorato presidente. Si potrà mai dubitare del fatto che vedere ovunque ritratti del leader nazionale, come succede nelle società totalitarie, non solo diffonda la sensazione di vivere sotto l’occhio del Grande fratello, ma produca anche una reale riduzione del pensiero spontaneo e dell’azione indipendente?”³⁵

L’incredulità che suscitano affermazioni di questo tipo è determinata dal fatto che il sistema due è convinto di avere il controllo e di avere piena consapevolezza delle proprie scelte. Nonostante ciò, non dobbiamo neanche farci prendere dal panico, l’effetto priming infatti non è così potente da sradicare credenze che sono consolidate nella nostra mente. Se si prende per esempio l’esperimento sull’modello di voto nella circoscrizione elettorale dell’Arizona nel 2000³⁶, si è visto come il sostegno alle proposte di aumento dei finanziamenti alle scuole era molto maggiore se l’ubicazione del seggio si trovava in una scuola; sebbene ciò, si è anche constatato che tra cento elettori, solo alcuni, tra quelli privi di una radicata convinzione, voterebbero in maniera diversa a seconda che il seggio elettorale si trovi in una scuola piuttosto che in una chiesa; ma, come sappiamo, anche una percentuale esigua è in grado di capovolgere il risultato di una votazione. Dobbiamo prendere tali evidenze come elementi che possono in parte erodere la nostra capacità di prendere delle decisioni del tutto consapevoli e autonome, dato che esse non sono sufficienti ad indurre un comportamento specifico e facilmente determinabile nell’individuo, ma se coniugate ad una precisa e attenta volontà manipolatoria allora la conoscenza di tali fallacie cognitive gioca un ruolo di primaria importanza.

³⁵ In Kahneman Daniel (2011) *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano p. 63

³⁶ Berger Jonah, Meredith Marc, Wheeler S. Christian. *Contextual Priming: Where People Vote Affects How They Vote*, in «Proceedings of the National Academy of Sciences», 105, 2008, pp. 8846-8849.

2.3 IL POTERE DELLE EURISTICHE

Tutti hanno una propria idea di utopia. Per molti significa uguaglianza, giustizia universale, libertà dall'oppressione, libertà dal lavoro (per alcuni potrebbe rappresentare una più modesta, ma non più realizzabile, società con treni per pendolari privi di avvocati al telefono). Per me invece l'utopia è l'epistemocrazia, una società in cui coloro che ricoprono una carica di rilievo sono epistemocratici eletti dal popolo. Si tratterebbe di una società governata partendo dal presupposto della consapevolezza dell'ignoranza, non della conoscenza. Purtroppo, non si può rivendicare l'autorità accettando la propria fallibilità. La gente ha bisogno di essere accecata dalla conoscenza, siamo fatti per seguire leader che riescono a raccogliere un seguito perché i vantaggi dello stare in gruppo superano gli svantaggi dello stare da soli.³⁷

L'euristica (dalla lingua greca εὐρίσκω, letteralmente "scopro" o "trovo") ha, nel campo dell'epistemologia e del metodo scientifico, la funzione di ricercare soluzione a problemi con un approccio che non segue con linearità un metodo preciso, sostanzialmente si basa sull'intuito e sulla situazione in cui ci troviamo.

In psicologia il termine viene utilizzata per spiegare come le persone utilizzino delle scorciatoie del pensiero, per trovare soluzioni ad input ricevuti dall'esterno. Sebbene la maggior parte delle euristiche siano state evidenziate da Kahneman e da Tversky, il concetto fu originariamente introdotto da Herbert Simon anch'egli premio Nobel per l'economia il quale sostenne il c.d. concetto del contesto di razionalità limitata in cui opera un soggetto.

Elencherò qui alcune fra le più rilevanti euristiche rilevate, in particolare mi atterrò a quelle che ho ritenuto più vicine alla dimensione del consumo informativo, evidenziando quelle che maggiormente si prestano ad essere utilizzate in un contesto di manipolazione intenzionale.

2.3.1 Ancoraggio

Un interessante e comune fenomeno di errore di attribuzione è quello che definiamo come ancoraggio. Ne dà un interessante esempio Matteo Motterlini in "Trappole mentali"³⁸ dove l'autore ci invita a immaginare di piegare a metà un foglio di carta, e di ripetere cento volte la medesima operazione. La maggior parte di noi sarà tentata nell'immaginare una risultante di al massimo qualche metro. La

³⁷ Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il cigno nero*. Il saggiaiore. Milano. p 207

³⁸ Motterlini Matteo. (2010). *Trappole mentali. Come difendersi dalle proprie illusioni e dagli inganni altrui*. Bur/Rizzoli. Milano

risultante però, è 800.000.000.000.000 di volte la distanza dalla terra al sole. Se lo spessore di carta per stampanti è pari a 0,1 millimetri, moltiplicandolo per il numero degli strati 2 alla 100 si ottiene infatti $1,27 \times 10^{23}$ km. Di certo la prefigurazione di tale risultato è certamente lontana se a partire con la riflessione ci siamo immaginati un sottile foglio di pochi millimetri. Tale fenomeno è stato ampiamente studiato da Daniel Kahneman e Amos Tversky che pubblicarono nella rivista "Science"³⁹ nel 1974, uno studio dove si dimostrava come il risultato casuale dato dal gioco della roulette poteva influenzare opinioni su un tema non conosciuto dai soggetti coinvolti nella sperimentazione. Per essere più chiari l'esperimento prevedeva che dei giocatori venissero coinvolti in una serie di lanci alla roulette, e successivamente venivano poste loro delle domande che spaziavano in temi ove tendenzialmente vi è una conoscenza approssimativa ma del tutto in completa, nel caso specifico fu chiesto "in che percentuale i paesi africani aderiscono alle nazioni unite?" le risposte variavano notevolmente: se l'ago della roulette si era fermato sul 65, la risposta media era 45%, se sulla ruota era comparso 10, la stima dei giocatori si aggirava attorno al 25%. Il numero prodotto dalla roulette, un numero del tutto casuale, fissava un riferimento, posto il quale il successivo aggiustamento risultava sempre insufficiente.

Questo capita soprattutto quando economizziamo e non ci prendiamo la briga di basare i nostri giudizi su calcoli che potrebbero richiedere una maggiore ricerca informativa prevedendo dunque un grande dispendio di energia. Tale tendenza è fortemente utilizzata in ambito manipolativo e persuasivo; infatti, moltissime strategie commerciali fanno leva proprio su questo (Motterlini, 2010). Inoltre, questa fallacia del pensiero non si limita solamente ad influenzare i nostri giudizi, ma altera anche la nostra performance. Motterlini⁴⁰ riporta nel suo libro uno studio nel quale furono gettate alcune ancore casuali che descrivevano la stima della capacità di portare a termine una serie di compiti. Queste attribuzioni andarono a influenzare direttamente le performance dei soggetti dell'esperimento, coloro infatti che avevano ottenuto delle stime più basse, mostravano minore dedizione e determinazione, non distanziandosi dal valore attribuito loro in maniera del tutto arbitraria. Un ulteriore esperimento i soggetti dovevano confrontare degli appartamenti, quando si fornivano alti valori come ancore, i soggetti tendevano a ricercare con più attenzione gli aspetti positivi di un appartamento, mentre se il valore d'ancora fosse stato basso, al contrario si sarebbero cercati più

³⁹ Tversky Amos & Kahneman Daniel. *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*, in Science, n. 185, 211, 1974, pp. 1124-1130.

⁴⁰ Lo studio condotto viene descritto a pagina 25-26 in Motterlini M. (2010). *Trappole Mentali. Come difendersi dalle proprie illusioni e dagli inganni altrui*. BUR Rizzoli. Milano

minuziosamente i suoi difetti. La cosa che colpisce inoltre è il fatto che tutti i soggetti coinvolti erano convinti che l'esposizione all'ancora non avesse in alcun modo determinato il loro comportamento

2.3.2 L'errore di attribuzione.

L'errore di attribuzione⁴¹ è la tendenza, nel giudicare il proprio comportamento e quello degli altri attraverso un'errata e diversa attribuzione di fattori disposizionali o situazionali. Abbiamo la propensione ad assumere che le persone intorno a noi agiscano attraverso una certa disposizione interiore, attraverso la loro indole, nel momento in cui andiamo a definire la loro assunzione di comportamento in un determinato contesto situazionale (Motterlini 2020). Al contrario è molto più probabile che si adducano a fattori contingenti, dunque situazionali e indipendenti dalla nostra volontà i nostri comportamenti nella stessa situazione. Similmente a ciò tenderemo inoltre ad essere auto ingannati dal nostro narcisistico e inconfessabile auto compiacimento. Siamo infatti tendenti ad attribuire a noi stessi i meriti di una particolare impresa o vittoria e addossare a fattori situazionali ed esterni la nostra differita.⁴²

2.3.3 Effetto Forer

L'effetto Forer si riferisce alla tendenza a considerare come accurate quelle descrizioni della personalità che si suppone siano state elaborate specificatamente per una persona, ma che in realtà sono tanto vaghe da adattarsi a qualsiasi persona. La dimostrazione di tale fallacia fu condotta da Bertram Forer nel 1948, il quale consegnò delle valutazioni ai suoi studenti, basate su un test psicologico svolto in precedenza. Le valutazioni che egli propose, non avevano alcuna attinenza con il test svolto, e non differivano per studente, ma erano tutte identiche. Scoprì che i suoi studenti consideravano come accurata (con un punteggio medio di 4,26 su 5) la valutazione data⁴³. Tale

⁴²Ross Lee, *The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process*, in L. Berkowitz (a cura di), *Advances in experimental social psychology*, Academic Press, New York 1977, vol. 10, pp. 173-220.

Jones Edward, Nisbett Richard, *The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior*, General Learning Press, New York 1971.

Per consultare il famoso esperimento che dimostra il bias di Attribuzione, Nisbett Richard, Caputo Craig, Legant Patricia, Marecek Jeanne, *Behavior as seen by the actor and as seen by the observer*, «Journal of Personality and Social Psychology», 1973, vol. 27, pp. 154-164.

⁴³Forer Bertram, *The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility*, «Journal of Abnormal and Social Psychology», 1949, vol. 44, pp. 118-123

tipologia di autoinganno sembrerebbe rispondere al quesito del perché costanti soggetti trovino risposte all'interno di predizione di maghi, astrologi, cartomanti, mentalisti. Siamo noi stessi che ci vestiamo degli stessi abiti a taglia unica che pensiamo siano fatti su misura per noi. Quest'effetto è innescato inoltre, da un insieme di meccanismi psicologici quali il wish-ful thinking⁴⁴, cioè il considerare vero quello che vorremmo che lo fosse.

2.3.4 L'ho sempre saputo

Nel momento in cui abbiamo un esito chiaro di un evento atteso, che sia esso di natura politica, finanziaria, sportiva, saremmo sempre indotti a percepire tale risultato come qualcosa che alla fine ci si aspettava. È quello che viene comunemente definita come illusione del senno del poi, ovvero quell'inconsapevole distorsione retrospettiva del giudizio. Abbiamo in sostanza la tendenza ad essere deterministici, elemento, quest'ultimo insito nel pensiero retrospettivo, nel quale percepiamo gli eventi in maniera lineare e in uno schema riconoscibile, al punto tale da credere che le cose non sarebbero potute andare diversamente (Motterlini 2020). Tale tipologia di trappola è stata indagata per la prima volta da Baruch Fischhoff⁴⁵, il quale preparò alcuni reportage storici, volutamente non molto famosi, con i quali vennero istruiti cinque gruppi di persone ai quali fu chiesto di prevedere l'esito finale della campagna militare con diverse tipologie di opzioni prestabilite. Tali reportage riguardavano la battaglia nella valle del Gorkha nel 1814, solo ad un gruppo fu consegnato il report riportante l'informazione mancante dell'esito della battaglia, mentre ai restanti fu suggerito il modo con cui si concluse, ma in maniera diversa per ogni gruppo. Il gruppo che possedeva minori informazioni stabilì la probabilità del 33,8% che la vittoria fosse stata ottenuta dagli inglesi. Bastò dire che quella effettivamente era l'esito esatto della battaglia che la percentuale aumentò al 57,2%. In generale chi sapeva che l'esito era andato così sopravvalutarono l'

Dopo che un determinato evento si è verificato, semplicemente questo ci appare più probabile di quanto non lo fosse in precedenza. Se prendiamo l'esempio dell'11 settembre, infatti, ci pare che esso fosse un disastro del tutto annunciato. Considerando infatti che in quel periodo vi fossero un gruppo di arabi che stava concludendo un addestramento per piloti, Osama bin Laden attraverso l'organizzazione Al-Qā'ida attaccava sempre più frequentemente siti americani, le minacce

⁴⁴ Il wishful thinking è un processo mentale attraverso cui si generano determinate convinzioni, basandosi su elementi piacevoli. Sostanzialmente ci si fa guidare non tanto dal principio di realtà bensì dal principio di piacere. Per una maggiore e più precisa trattazione rimando allo studio condotto da Ross, Uhlmann e Bastardi. Ross Lee, Uhlmann Luis Eric, Bastardi Anthony, *Wishful thinking: belief, desire, and the motivated evaluation of scientific evidence*, in *Psychological Science*, vol. 22, n. 6, 2011, pp. 731-732

⁴⁵ Fischhoff Baruch, *Hindsight foresight: the effect of outcome knowledge on judgment under uncertainty*, «*Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*», 1975, n. 1, pp. 288-299

terroristiche aumentavano in maniera generalizzata su scala mondiale e la CIA aveva avvertito del rischio imminente di un attacco terroristico, l'esito dell'11 settembre ci sembra quanto più scontato. Ma riflettendo cinicamente sull'evento, e scomponendo i dettagli prima assunti decontestualizzandoli dal frame di quello specifico evento, possiamo considerare come in realtà sul fatto che un gruppo di arabi stesse facendo un addestramento per pilotare gli aerei fosse del tutto normale e per quanto riguarda gli allarmi forniti dai servizi di informazione dovremmo chiederci quanti della totalità di allarmi da essi segnalati si siano poi effettivamente venuti a verificare. Nel flusso disordinato d'informazione a cui siamo posti abbiamo difficoltà a identificare quelle rilevanti. La nostra mente procede come uno storico, mette in riga i fatti, li ordina in una concatenazione di cause ed effetti che ci appare inevitabile e necessaria. Così, guardando indietro gli eventi ci sembreranno molto più prevedibili di quanto non siano mai stati prima che ci consumassero.

2.3.5 La Memoria

Ella mandò a prendere una di quelle focacce pienotte e corte chiamate «maddalenine», che paiono aver avuto come stampo la valva scanalata d'una conchiglia. Ed ecco, macchinalmente, oppresso dalla giornata grigia e dalla previsione d'un triste domani, portai alle labbra un cucchiaino di tè, in cui avevo inzuppato un pezzo di «maddalena». Ma nel momento stesso che quel sorso misto a briciole di focaccia toccò il mio palato, trasalii, attento a quanto avveniva in me di straordinario. Un piacere delizioso m'aveva invaso, isolato, senza nozione della sua causa... Donde m'era potuta venire quella gioia violenta? Sentivo che era legata al sapore del tè e della focaccia, ma lo sorpassava incommensurabilmente, non doveva esser della stessa natura. Donde veniva? Che significava? Donde afferrarla? Certo, ciò che palpita così in fondo a me deve essere l'immagine, il ricordo visivo, che, legato a quel sapore, tenta di seguirlo fino a me. Ma si agita in modo troppo confuso; percepisco appena il riflesso neutro in cui si confonde l'inafferrabile turbinio dei colori smossi; non so distinguere la forma, né chiedere come al solo interprete possibile, di tradurmi la testimonianza del suo contemporaneo, del suo inseparabile compagno, il sapore, , chiederle di rivelarmi di quale circostanza particolare, di quale epoca del passato si tratti...Ma, quando niente sussiste d'un passato antico, dopo la morte degli esseri, dopo la distruzione delle cose, più tenui ma più vividi, più immateriali, più persistenti, più fedeli, l'odore e il sapore, lungo tempo ancora perdurano, come anime, a ricordare, ad attendere, a sperare, sopra la rovina di tutto il resto, portando sulla loro stilla quasi impalpabile, senza vacillare, l'immenso edificio del ricordo.⁴⁶

La nostra percezione della memoria è intesa come la capacità di mantenere nel tempo informazioni, che al momento del bisogno possiamo facilmente recuperare. Un po' come un archivio nel quale conserviamo i nostri racconti, ma come anticipato nel testo qui riportato, Proust ci fornisce una vivida

⁴⁶ Proust Marcel. (2005). *Alla ricerca del tempo perduto, Dalla parte di Swann*, Mondadori. Milano. p 35

dimostrazione di come essa sia estremamente più complessa rispetto a quanto normalmente immaginiamo. I ricordi che possediamo non sono elementi statici che possiedono una collocazione specifica all'interno della nostra mente, bensì essi vengono costruiti nel momento stesso in cui li ricerchiamo. Tornando al famoso brano della "maddalenina", il materiale che utilizza il protagonista per ricomporre i ricordi sono inferenze logiche con le quali tenta di colmare il suo vuoto, integrando al ricordo circostanze particolari e informazioni ad esso associate. Al riguardo Elizabeth Loftus psicologa e ricercatrice dell'Università della California per considerare sperimentalmente tali condizioni propose che alcuni soggetti osservassero un video contenente un reale incidente⁴⁷, e che ne fornissero in seguito una testimonianza. Tra le domande scelte dagli investigatori una fra queste era "A quanto andavano le due macchine quando si sono schiantate una contro l'altra?". Ad altri soggetti la domanda veniva posta sostituendo il verbo «schiantare» con altri: per esempio "a quanto andavano le due macchine quando si sono scontrate/colpite/urtate/entrate in collisione eccetera?".

Tutti i soggetti avevano visto lo stesso filmato. Ma coloro che avevano risposto alla domanda in cui le auto si erano "schiantate", le avevano viste andare in media ad una velocità superiore ai 50 chilometri orari rispetto alle macchine che si erano urtate. Come se non bastasse, passata una settimana furono richiamati a rilasciare un ulteriore testimonianza, riguardante la richiesta, da parte degli investigatori, della presenza o meno di vetri rotti. Il 32% degli intervistati ai quali una settimana prima era stata posta la domanda utilizzando il termine "schiantare" testimoniò di aver visto effettivamente dei vetri rotti; mentre tra coloro i quali si utilizzò il termine "urtati", a vedere i vetri rotti fu solamente il 14%. Nel filmato reale non vi era la benché minima presenza di vetri rotti. Ciò ci mostra come maggiore è l'informazione che cerchiamo di andare a recuperare, maggiore sarà la costruzione che la nostra memoria ci fornirà.

Un ulteriore trappola a cui spesso la nostra memoria tende incappare è la c.d. *regola del picco e della fine*. Coniata da Kahneman, essa sostanzialmente prevede che tenderemo in certe situazioni a preferire più dolore a meno dolore. Di per sé tale affermazione appare del tutto assurda ma come vedremo tale assunzione è meno irrazionale di quanto potremmo pensare. Per poter dimostrare la validità di tale teoria, venne chiesto ai partecipanti dell'esperimento⁴⁸, di sottoporsi a due sessioni in successione in cui si udivano suoni dolorosamente fastidiosi. In una il suono durava 16 secondi a 78 decibel;

⁴⁷Loftus Elizabeth, Palmer Jhon, *Reconstruction of automobile destruction: An example of interaction between language and memory*, «Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior», 1974, vol. 13, pp. 585-589. Per una trattazione di come ricordiamo ciò che non vi è mai stato Loftus Elizabeth, *Creating false memories*, «Scientific American», 1997, n. 277, pp. 70-75.

⁴⁸Kahneman Daniel, Fredrickson Barbara, Schreiber Charles, Redelmeier Donald, *when more pain is preferred to less: Adding a better end*, «psychological Science», 1993, n. 4, pp. 401-405.

nell'altra venivano ripetuti gli stessi 16 secondi iniziali seguiti però da altri 8 secondi a 66 decibel. Quindi veniva chiesto ai soggetti quale sessione avrebbero voluto ripetere e la maggior parte sceglieva la seconda sessione. Strano, dal momento che 8 secondi di silenzio sono ovviamente meglio di 8 secondi a 66 decibel; e dal momento che, se avessero potuto interrompere il suono attraverso un pulsante dopo i primi 16 secondi lo avrebbero certamente fatto.

Prendere un'esperienza sgradevole e aggiungervi ulteriore sgradevolezza, non dovrebbe, in linea di principio, rendere migliore l'esperienza. Eppure, Kahneman è riuscito a dimostrarlo attraverso numerose ricerche, non solo in questo di laboratorio ma anche in ambito clinico, in occasione di pratiche mediche diverse. Insieme a Donald Redelmeier e Joel Katz dell'Unità di ricerca sul dolore del Toronto General Institute⁴⁹, hanno indagato se tale assunzione potesse essere utilizzata per mitigare il dolore nella memoria dei pazienti in alcuni esami specifici. Su 682 pazienti sottoposti a colonscopia, un primo gruppo si sottoponeva all'esame di routine mentre un secondo gruppo si sottoponeva allo stesso esame, solo che alla fine dello stesso l'estremità del colonscopio veniva lasciata ferma nel retto per ulteriori pochi minuti. Ciò permetteva di aggiungere all'esperienza del reale esame una forma lieve di dolore rispetto al dolore provato durante l'esecuzione dell'esame reale. Si constatò come l'esecuzione dell'esame più lungo ha fatto scendere in media del 10% la valutazione globale a posteriori del dolore percepito.

Ciò ci insegna che, quando siamo chiamati a scegliere, quindi prevediamo che cosa ci farà meglio ex-ante, lo facciamo secondo la logica "stare bene = meno sofferenza". Ma ex post il nostro effettivo benessere non è correlato all'equazione precedente ma a "stare bene = ricordo migliore".

Questa sconcertante scoperta di come la nostra memoria tende a essere influenzata da tale tipologia di fallacia, ci porta a riflettere non solo sull'utilizzo positivo che se ne potrebbe trarre ma anche sui risvolti negativi che potrebbe avere sulla nostra presa di decisione. Nel contesto politico ciò potrebbe farci riflettere sul dilemma di quale sia il bisogno da soddisfare in un intervento volto a migliorare il benessere sociale, ex-ante o ex post? Se le preferenze dello stesso individuo, prima e dopo l'esperienza dolorosa sono manifestamente in contraddizione, allora soddisfare le prime attrarrebbe sicuramente più consensi. Ma se verrà assecondata la seconda significherà migliorare il benessere effettivo e influenzarne le scelte future.

⁴⁹ Kahneman Daniel, Redelmeier Donald, *Patients' Memories of Painful Medical Treatments: Real-time and Retrospective Evaluations of Two Minimally Invasive Procedures*, in «Pain», 66, 1996, pp. 3-8

Matteo Motterlini ci espone un'ulteriore deviazione che la nostra mente incorre nel processo di recupero di un'informazione⁵⁰. Se pensiamo infatti alla guerra tra Stati Uniti e Vietnam del Nord, sale alla mente il ricordo drammatico dove persero la vita, nei dieci anni di conflitto, 54.708 soldati statunitensi. Nello stesso periodo, tra le persone di età inferiore ai 35 anni rimaste in America morirono 101.703 morirono suicide. Nel periodo tra 1987 e 1996 le morti per suicidio furono 15.000 volte in più rispetto a quelle causate dall'AIDS. Per quanto tali informazioni ci appaiono inverosimili, a trarci in inganno è il modo con cui la nostra mente rielabora i ricordi. L'elaborazione con cui stimiamo la frequenza di un determinato evento dipende soprattutto dalla facilità con cui riusciamo a richiamare casi simili. Stimiamo dunque le probabilità di un evento sulla vividezza e sull'impatto emotivo di un nostro ricordo piuttosto che su dati probabilistici oggettivi. In questo caso la risonanza mediatica che la guerra e le crociate contro l'AIDS avevano prodotto un forte impatto emotivo sull'opinione pubblica a differenza delle fredde casistiche di suicidio. Tale euristica della memoria ci permette di prendere decisioni più rapidamente, risparmiando energia cognitiva nel momento in cui dobbiamo fare un calcolo complesso sulle probabilità di un certo evento. Ma tale scorciatoia funziona anche quando il carico emotivo è inesistente o non vi sia una maggiore semplicità di recupero in memoria di un determinato evento, ciò avviene anche nel momento in cui siamo posti di fronte ad una scelta nella quale il recupero in memoria risulta cognitivamente complesso. In un esperimento⁵¹ si è voluto chiedere quali fra le parole:

“_____ N _” e “_____ I N G”

Se la domanda viene fatta a persone madrelingua inglesi, esse tenderanno a stimare più numerose le parole terminanti in ING che quelle terminanti con una N in penultima posizione. Ad uno sguardo più distaccato ci si rende conto che le parole che possiedono in penultima posizione N saranno logicamente più numerose dato che esse comprendono anche tutte le parole terminanti con ING. In tali casi tale tipologia di fallacia, può essere spiegata attraverso il concetto di fluidità cognitiva (Kahneman 2011), essa sostanzialmente riguarda le caratteristiche del nostro sistema cognitivo, che privilegia tutto ciò che non deve richiamare all'ordine il pigro sistema due. In sostanza, come

⁵⁰ Motterlini M. (2010). *Trappole Mentali. Come difendersi dalle proprie illusioni e dagli inganni altrui*. BUR Rizzoli. Milano pp 145-149

⁵¹ Tversky Amos, Kahneman Daniel, *Availability: A heuristic for judging frequency and probability*, «Cognitive Psychology», n. 5, 1973 pp. 207-232
e Tversky Amos, Kahneman Daniel *Judgment under uncertainty: heuristics and biases*, «Science», n. 185, 1974, pp. 1124-1130.

precedentemente descritto, ad essere sempre attivo è fortunatamente il sistema uno che non possedendo la capacità elaborativa del sistema due, tenderà a dare risposte su impulsi più immediati⁵².

2.3.6 Illusione di Certezza

Se consideriamo la stima che per primo fece Sir Francis Galton (1822-1911) indagando sul valore identificativo delle impronte digitali, ovvero quella di una probabilità di 64 miliardi che due impronte risultano identiche, abbiamo l'impressione che la fondatezza e la certezza del rilevamento di esse in una scena del crimine, corrispondano alla prova inconfutabile di colpevolezza di un imputato. Ciò è vero nel momento in cui il rilevamento delle impronte avviene in un laboratorio, nelle condizioni ambientali più ottimali e senza che esse siano state compromesse da elementi disfunzionali alla loro raccolta. In sostanza, in un contesto reale esse non possiedono la stessa attendibilità che noi immaginiamo. Tale esempio ci introduce quella che potremmo definire come l'illusione di certezza (Motterlini 2010), ovvero il considerare un determinato elemento senza soffermarsi sulle variabili che in esso intervengono, preferendo una definizione di esso semplice ed intuitiva, dove ciò che ci appare nell'immediatezza corretta viene assunto come esemplificativo del fenomeno trattato.

Un esempio interessante preso da "Trappole Mentali" può darci una maggiore esemplificazione dei danni che tale trappola può indurci a commettere nel prendere una decisione. Il caso riguarda una politica per lo smaltimento dei rifiuti denominata *superfund*. Esso agisce al fine di tutelare la salute delle persone nei casi di rischi ambientali determinati dall'uomo. Un gruppo di ricercatori del Wharton Risk Management and decision Process Center, dell'università della Pennsylvania, condusse un'indagine nel 1993 per cercare di rispondere circa l'utilità e l'efficacia del *superfund*. Tale fondo nacque nel 1980 a seguito del disastro ambientale avvenuto a Love Canal, ove erano state sversate nell'ambiente scorie tossiche. Il congresso statunitense per fronteggiare i rischi legati a tali attività introdusse una legge che prese il nome di Cerca (Comprehensive Environmental Response, Compensation, and Liability), che prevedeva la copertura dei costi di bonifica a carico di colui che ha generato l'inquinamento anche se tale contaminazione è avvenuta in un passato più o meno remoto. Se però non vi fosse stato un colpevole, si sarebbe provveduto alla bonifica attraverso i fondi dei contribuenti. Attraverso la logica con cui il *superfund* funzionava esso prediligeva un'azione mirata

⁵² Per una maggiore trattazione rimando al capitolo Fluidità Cognitiva in Kahneman Daniel. (2011). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano pp 76-91, dove verranno elencate ulteriori conseguenze della fluidità cognitiva. Ad ogni modo essa rimane sottostante a tutti i processi cognitivi che andremo a trattare.

al risanamento totale di una determinata area, anziché alla riduzione d'impatto degli agenti inquinanti in una determinata area. Il risultato fu che gli interventi adottati furono molto costosi e apportarono benefici limitati. Nell'indagine condotta dai ricercatori della Pennsylvania, venne preparato un questionario per capire l'atteggiamento delle persone riguardo a tele fondo, coinvolgendo personalità legate all'attività del medesimo. Il questionario prevedeva una serie di scenari preferibili. Il contenuto era il seguente: in due città sono presenti due discariche che contaminano le falde acquifere. La città più grande ha 2.000.000 di abitanti, l'altra ne ha 1.000.000. Le perdite dalla discarica della città più grande causano in media 8 casi di cancro all'anno. Le perdite dall'altra discarica, nella città più piccola, causano in media 4 casi di cancro all'anno. I fondi per la bonifica sono limitati, le possibilità sono:

- Bonifica di entrambi i siti in maniera parziale: il numero ipotizzato di casi di cancro si ridurrebbe da 8 a 4 nella città più grande e da 4 a 2 nella città più piccola.
- Bonificare totalmente il sito più piccolo e solo parzialmente quello più grande, i casi di cancro da 8 a 7 nella città più grande e da 4 a 0 nella città più piccola
- Concentrare maggiormente gli sforzi per la bonifica nella città più grande e solo parzialmente in quella più piccola. In questo caso avremmo una riduzione dei casi di cancro rispettivamente da 8 a 3 e da 4 a 3.

Venne richiesto che tali opzioni fossero ordinate in ordine di preferenza. Ci appare evidente che la scelta peggiore sia la seconda, dato che il numero di vite salvate sarebbe minore rispetto alle altre opzioni. Eppure, l'11% delle persone indicò questa come la maggiormente preferibile. Inoltre, il 42% mise tale opzione in una posizione intermedia tra l'opzione 1 e 3, non considerandola l'opzione peggiore. Per costoro, il dire no a qualunque rischio a una delle due città considerata diventa una tentazione irresistibile e pesa più di tutto il resto. Ciò che all'apparenza apportava un beneficio più immediato è quindi preferibile rispetto ad una scelta che comporterebbe un grado di analisi e riflessione aggiuntivo.

2.3.7 Bias di conferma

Preferiamo credere a quello che ci fa più comodo, e tendiamo poi a ricercare quelle informazioni che ci permettono di legittimare ulteriormente le nostre credenze. Lo psicologo Daniel Gilbert avanzò la tesi⁵³ secondo cui per capire un'asserzione bisogna innanzitutto crederci, bisogna sapere fin da subito

⁵³Gilbert Daniel T. *How mental systems believe*. In «American Psychological Association», Vol 46(2), 1991. pp. 107-119.

cosa significa se fosse vera, e solo allora si potrà prendere la decisione di crederci o meno. Inizialmente siamo indotti naturalmente a credere attraverso il sistema 1, e ciò perché come abbiamo già spiegato servirà a dare nell'immediato, risposta ad una necessità di coerenza. Anche un'asserzione assurda ci porta ad una credenza iniziale. Gilbert sostanzialmente ritiene che l'azione di non credere sia una questione affidata al sistema due, che, come ricorderemo, si caratterizza per la pigrizia e il suo venir richiamato quando lo sbrigativo e laborioso sistema uno fallisce nel suo compito. Per dare fondatezza a ciò Gilbert descrive un interessante esperimento⁵⁴ in cui i volontari venivano esposti a due frasi completamente senza senso, seguiti poi in pochi secondi da un'asserzione, Vero o Falso. Successivamente fu chiesto loro se si ricordassero quali associazioni fra parole fossero vere e quali invece fossero le false. In un'ulteriore versione dell'esperimento fu chiesto loro di tenere a mente anche alcuni numeri. Mantenere impegnato il sistema due aveva l'effetto selettivo, rendeva difficile ai soggetti a non credere le associazioni false. In sostanza l'esperimento ha permesso di comprendere come quando il sistema due è impegnato il sistema uno finisce per credere a tutto, e ciò proprio in virtù dei compiti che ad essi sono affidati, logicamente se il sistema che dovrebbe occuparsi del dubbio e della riflessione è impegnato in un altro sforzo, l'altro sistema si farà carico di una mansione al quale non sa rispondervi efficacemente. Da ciò, come spesso viene detto, nella comunicazione persuasiva si tenderà ad essere maggiormente influenzati dalla pubblicità quando le persone sono più stanche e deconcentrate (Kahneman, 2011)

Secondo lo psicologo sociale Jonathan Haidt⁵⁵, il fatto di trovare conferma alle nostre credenze genera una sensazione di soddisfazione innescata dal rilascio di dopamine nel cervello. Un interessante ricerca⁵⁶ ha dimostrato come nei soggetti si percepisca una forte avversione quando sono indotte a ricercare informazioni che pongono dubbi e critiche alle proprie credenze. Lo studio in questione ha dimostrato come i due terzi dei partecipanti avrebbero preferito pagare per poter evitare il disagio causato dall'ascoltare le opinioni politiche della parte avversa. Descrivendo l'esperimento il *The Economist* ha scritto che più della metà degli elettori di Romney e più di un terzo di quelli di Obama, hanno paragonato l'esperienza di ascoltare gli elettori della fazione opposta all'esperienza di farsi levare un dente⁵⁷.

⁵⁴ Gilbert Daniel T., Douglas Krull, Malone Patrick s., *Unbelieving the Unbelievable: Some Problems in the Rejection of False Information*, in «Journal of Personality and Social Psychology», 59, 1990, pp. 601-613.

⁵⁵ Haidt Jonathan. (2013) *Menti tribali Perché le brave persone si dividono su politica e religione*. Codice edizioni. Torino.

⁵⁶ Frimer Jeremy, Skikta Linda, Motyl Matt, *Liberal and Conservatives Are similarly motivated to avoid exposure to one another's opinion*, in Journal of experimental social psychology, Vol 72, 2017 pp 1-12

⁵⁷ what psychology experiments tell you about why people deny facts, in *The Economist* 8 Dicembre 2018, disponibile al link [What psychology experiments tell you about why people deny facts | The Economist](#)

In sostanza quando crediamo fermamente a qualcosa, cambiare idea diviene molto difficile, proprio perché escluderemo qualsiasi potenziale minaccia al nostro sistema di credenza, le prove contrarie verranno razionalizzate nel modo che a noi farà più comodo, smentiremo le fonti che ci pongono in dubbio e la loro veridicità verrà messa in questione. Come riporta Jonathan Rauch nel suo ultimo libro:

*“ho passato più di vent’anni impegnandomi per far cambiare idea alla gente sulla questione del matrimonio fra persone dello stesso sesso. Appellandomi alla ragione e presentando i fatti potevo anche persuadere gli interlocutori, ma solo se questi erano già emotivamente pronti ad ascoltarmi, ad esempio perché tra le loro conoscenze c’erano gay o coppie gay, o perché i loro amici e familiari erano favorevoli, o perché un leader o un’autorità riconosciuta avevano affermato che era okay sposarsi tra persone dello stesso sesso. Ho dovuto far leva, spesso contemporaneamente, sulle opinioni individuali, sulle identità politiche e sulle norme del gruppo dei pari, un processo lungo e faticoso, ma efficace oltre ad ogni aspettativa. Mettere le persone di fronte ai propri pregiudizi non era quasi mai efficace. Non facevano fatica a riconoscere i pregiudizi altri, ma erano ciechi ai propri.”*⁵⁸

Il fatto di tendere alla conferma e al mantenimento delle nostre credenze, potrebbe farci pensare che sia in noi insito un elemento di antisocialità, che corrobora idee sull’Homo Homini Lupus di estrazione hobbesiana, ma all’opposto tale tendenza è strettamente funzionale alla socialità e al mantenimento del gruppo sociale.

Lo psicologo Dan Kahan ha proposto un modello che si basa sulla “protezione cognitiva dell’identità”⁵⁹. Se una credenza è molto importante per il modo con cui pensiamo, o è importante per il gruppo di cui facciamo parte, il cambiare una credenza ha dei costi troppo elevati perché essa avvenga, anche nel momento in cui la credenza si basa su informazione manifestamente infondate. Tali credenze non riguardano tanto quelle meta credenze che compongono la nostra vita quotidiana, bensì temi più generali dove il rischio di sbagliare non ci arreca danno di nessun tipo, come ad esempio credere a delle affermazioni sul cambiamento climatico errate, non comporta nulla sul nostro piano personale. Da un punto di vista individuale quindi, usare le nostre risorse cognitive per difendere le nostre credenze è un atto adattivo e di buon senso, sebbene come spesso accade ciò ci

⁵⁸ Rauch Jonathan. (2021). *La costituzione della conoscenza. In difesa della verità*. Castelvecchi. Roma pag. 43

⁵⁹Kahan Dan, *Misconceptions, Misinformation, and the logic of identity-protective cognition*, in Cultural cognition project working paper Vol.164 Yale Law School, 2017 pp. 6-7

porta a percepire una realtà fortemente distorta. In merito a ciò vi è un ulteriore studio sulle percezioni condotto da J.J Van Bavel e Andrea Pereira ⁶⁰i quali sostengono che l'appartenenza politica ad una specifica fazione modifica il nostro modo di vedere concretamente il mondo. Essi riportano infatti come nello studio condotto, i repubblicani vedevano la pelle di Barack Obama più scura⁶¹. Inoltre, riportarono che, se si assegna a due squadre scelte in maniera casuale, due colori diversi per poterle differenziare. Se si effettua una scansione celebrale, mentre si pone il quesito di valutare se delle facce siano di esseri umani o di manichini, l'attività celebrale mostra come viene identificata più umana la faccia che appartiene alla stessa squadra dell'intervistato, e meno umana l'altra squadra, e tutto ciò senza che fosse stata fatta una conoscenza con i membri della propria squadra, o fossero stati inseriti elemento di rivalità fra i due gruppi.

In definitiva la questione potrebbe essere riassunta come fa Jonathan Rauch:

*“l'evoluzione ha dotato gli esseri umani di circuiti neuronali per impedirci di cambiare idea e rimanere attaccati al gruppo di appartenenza. Per centinaia di migliaia di anni abbiamo creduto a qualsiasi cosa potesse mantenerci in buoni rapporti con i membri delle nostre tribù, anche a costo di negare, sminuire, razionalizzare, mal percepire o non percepire affatto le prove sotto i nostri occhi. E continuiamo a comportarci così ancora oggi nella vita di tutti i giorni.”*⁶²

2.3.8 Fallacia narrativa

*Noi esseri umani amiamo il tangibile, la conferma, il palpabile, il reale, il visibile, il concreto, il conosciuto, il visto, il vivido, il visuale, il sociale, il radicato, l'emotivamente carico, il saliente, lo stereotipato, il toccante, il teatrale, il romanzato, ciò che è di facciata, l'ufficiale, la verbosità che sembra erudizione (le stronzate), il pomposo economista gaussiano, le scemenze matematizzate, il fasto, l'Académie française, la Harvard Business School, il premio Nobel, i completi scuri con le camicie bianche e le cravatte di Ferragamo, il sermone toccante e il sensazionale. Ma soprattutto preferiamo il narrato.*⁶³

Ci piacciono le storie, riassumere le questioni complesse in narrazioni semplici da comprendere, alle quali sia possibile attribuire un senso. Nicholas Nassim Taleb (2010) fornisce una storia raccolta dalla

⁶⁰ Van Bavel Jay, Pereira Andrea, *The partisan brain. An Identity-based model of political belief*, in trends in cognitive sciences Vol.22, n.3, 2018, p.218

⁶¹ L' esperimento viene riassunto e commentato da Resnick Brian, *how politics breaks our brains and how we can put them back together*, in National Journal, 19 Settembre 2014

⁶² Rauch Jonathan. (2021). *La costituzione della conoscenza. In difesa della verità*. Castelvecchi. Roma. p 45

⁶³ Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il cigno nero*. Il saggiatore. Milano p 146

propria biografia personale interessante, che ci aiuta a comprendere come tutti tendiamo a semplificare il nesso causale a certi fenomeni. L'autore racconta di aver partecipato nell'autunno del 2004 ad una conferenza su estetica e scienza a Roma. Il professore che teneva la conferenza sosteneva con fermezza quanto gli esseri umani sopravvalutassero il rapporto fra causa ed effetto. Terminata la conferenza ebbe modo di intrattenersi con tale figura accademica che si complimentò per la pubblicazione del suo ultimo libro "Giocati dal caso"⁶⁴, e nel dialogo che essi intrattenevano sostenne:

*"Ma, mon cher ami, lasci che le dica quelque chose [parlando molto lentamente, con il pollice che batteva sull'indice e sul medio]: se fosse cresciuto in una società protestante dove alle persone viene insegnato che gli sforzi sono legati alle ricompense e dove la responsabilità individuale è messa in risalto, non avrebbe mai visto il mondo in quell'ottica. Lei è riuscito a notare la fortuna e a separare la causa e l'effetto a causa del suo retaggio ortodosso del Mediterraneo orientale"*⁶⁵

È ironico pensare come due accademici, esperti in ambito di teorie del rischio, scienze cognitive e tecniche previsionali, si lasciassero giocare da quella che è stata definita come "Fallacia Narrativa" (Taleb, 2010), ovvero descrivente la nostra vulnerabilità all'eccesso di interpretazione e alla nostra preferenza per le storie coerenti rispetto a verità grezze. Essa distorce la nostra rappresentazione del mondo. Nel caso sopradescritto, per l'accademico italiano, sebbene si schierasse contro l'eccesso di interpretazione e sopravvalutazione della causa, era del tutto incapace di osservare il lavoro svolto da Taleb senza vedervi una ragione particolare, senza vedere il frutto delle sue ricerche come parte di una storia.

Le fallacie della narrazione:

*"nascono inevitabilmente dal nostro continuo tentativo di comprendere il mondo. Le storie esplicative che la gente trova affascinanti sono semplici, più concrete che astratte, e assegnano al talento, alla stupidità e alle intenzioni un ruolo maggiore che alla fortuna; inoltre, si concentrano sui pochi eventi straordinari accaduti anziché sugli innumerevoli eventi che non hanno avuto luogo. Qualsiasi evento saliente recente è candidato a diventare il nucleo di una narrazione causale"*⁶⁶

Taleb è convinto che noi esseri umani abbiamo la tendenza ad auto ingannarci costantemente elaborando fragili resoconti di fatti passati e ci convinciamo che essi siano veri. Tali storie ben

⁶⁴ Nassib Nicholas Taleb. (2014). *Giocati dal caso. Il ruolo della fortuna nella finanza e nella vita. Il saggiaiore*. Milano

⁶⁵ Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il cigno nero*. Il saggiaiore. Milano

⁶⁶ Kahneman Daniel. (2011). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano p 269

confezionate costituiscono una descrizione semplice e coerente delle azioni e delle interazioni tra le persone. In tale tendenza s'innescano altri effetti, come l'effetto Alone e la regola del WYSIATI (Kahneman, 2011). L'effetto alone ci permette di rafforzare la coerenza, perché estende l'attributo positivo o negativo che abbiamo affibbiato ad una persona a tutta la sua personalità. In questo caso specifico l'effetto alone permette di mantenere semplici e coerenti le narrazioni esplicative esaltando ed esagerando la coerenza delle valutazioni. Kahneman per descrivere tale effetto ricorre all'aneddoto dell'amore per i cani di Hitler⁶⁷, cosa che ai nostri orecchi risulta scioccante, perché anche una minima traccia di bontà in una persona così malvagia viola l'effetto alone che ha esteso su tutta la figura di Hitler un manto di oscurità. Dall'altro lato nel contesto della fallacia narrativa s'inserisce anche il concetto di WYSIATI "What you see is all there is", sostanzialmente il sistema 1 è estremamente abile nell'elaborazione di narrazioni con le idee attivate sul momento nel caso in cui non possedesse sufficienti informazioni. Amos Tversky con due laureandi descrisse il fenomeno attraverso uno studio⁶⁸ che poneva a dei soggetti delle prove unilaterali di un caso giudiziario. A tutti fu mostrato del materiale di base per poter comprendere in maniera generale la causa. Ad alcuni fu fatto ascoltare le dichiarazioni di solo una parte mentre ad altri entrambe "le campane". L'esperimento mostrò come i soggetti ai quali erano state date prove unilaterali erano molto più sicuri nell'esprimere un giudizio rispetto a coloro che erano stati esposti ad entrambi i punti di vista. Ed è proprio quello che ci si aspetta se la sicurezza di giudizio fosse determinata dalla coerenza e dalla fluidità cognitiva. È la coerenza e non la completezza a fornire una buona storia, sapere poco rende più facile integrare tutte le informazioni in un modello coerente⁶⁹.

La nostra narrazione, quindi, modifica l'esperienza che facciamo delle cose e permette di attribuire senso all'azione altrui, ai fenomeni esterni, ma anche un certo grado di senso anche interno. La sicurezza con cui gli individui si affidano alle loro credenze, infatti, dipendono perlopiù dalla qualità della storia che essi si raccontano in merito a ciò che vediamo, anche se in realtà ciò che vediamo non è molto.

⁶⁷ Kahneman Daniel. (2011). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano p 241

⁶⁸ Tversky Amos, Brenner Lyle A., Koehler Derek J., *On the Evaluation of One-Sided Evidence*, in «Journal of Behavioral Decision Making», 9, 1996, pp. 59-70.

⁶⁹ Il concetto di WYSIATI si associa inoltre a numerosissimi bias di giudizio e di scelta, è un meccanismo che ci permette di alimentare la sicurezza di sé, intervenire negli effetti Framming e di formulazione, e contribuire alla disattenzione per le probabilità a priori.

2.3.9 *Euristica della disponibilità.*

Con essa s'intende la valutazione che viene fatta da un individuo in certe situazioni, sulla prevedibilità di un determinato fenomeno sulla base della rapidità con cui fenomeni simili sorgano nella memoria. Un evento che attira la nostra attenzione sarà maggiormente disponibile in memoria.

Se riflettiamo ad esempio sui politici o sulle star del cinema riterremo che essi siano maggiormente inclini a scandali sessuali rispetto alle persone "normali". Ciò in virtù del nostro scalpore nel sentire notizie riportanti pettegolezzi su personaggi di una certa fama o prestigio. Nei casi invece che sono caratterizzati da una certa drammaticità incrementa in maniera temporanea la sua disponibilità. Se ascoltiamo la notizia di un disastro aereo, per qualche tempo verrà alterata la nostra percezione sulla sicurezza dello stesso (Kahneman, 2011).

Tale euristica è di fondamentale importanza, e questo perché come vedremo in seguito si legherà al concetto di *agenda setting* e di salienza mediatica. Un esempio standard che spiga il bias della disponibilità è quello di Paul Slovic sulla percezione pubblica dei rischi⁷⁰. L'esperimento prevedeva che dei volontari considerassero la probabilità di morte in casi specifici come Ictus, diabete, asma, incidenti stradali, eventi naturali, indicando quindi, quali di questi rappresentassero effettivamente dei rischi maggiori. Sebbene i casi di Ictus provochino quasi il doppio degli incidenti stradali, l'80% degli intervistati ritenevano la morte per incidente più probabile. I tornado erano considerati delle cause di morte più frequenti dell'asma, quando invece, tale patologia, è venti volte più letale.

La spiegazione è data dal modo con cui i media trattano le notizie. Come riporta Kahneman:

"I media non si limitano a plasmare le notizie di interesse per il pubblico, ma sono anche plasmati da esse. I direttori di giornali o televisioni non possono ignorare la richiesta del pubblico di trattare estesamente certi argomenti e certi punti di vista. Gli eventi insoliti (come il botulismo) attirano un'attenzione sproporzionata e sono di conseguenza percepiti come meno insoliti di quanto non siano realmente. Il mondo dentro la nostra testa non è una replica precisa della realtà; le nostre aspettative riguardo alla frequenza degli eventi sono distorte dalla quantità e dall'intensità emozionale dei messaggi cui siamo esposti." (p 153)

⁷⁰ L'esperimento viene riportato da Kahneman nel capitolo XIII "*Disponibilità, emozione e rischio*", pp 153-154 in Kahneman D. (2011). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano

Cass Sustein ampliò il concetto in precedenza indagato da Paul Slovic, coniando una nuova espressione per spiegare come l'effetto di disponibilità s'infiltri in particolar modo nella politica, "cascata di disponibilità". Kahneman definisce:

Una cascata di disponibilità è una catena autoalimentata di eventi, che può iniziare dalle notizie mediatiche su un evento relativamente minore e condurre al panico generale e a un'azione del governo su larga scala. In alcune occasioni, una storia mediatica riguardante un rischio cattura l'attenzione di un segmento del pubblico, che si allarma e preoccupa. La reazione emozionale diventa una storia di per sé stessa, inducendo ulteriore copertura mediatica, la quale a sua volta produce sempre maggiore preoccupazione e coinvolgimento. (p 158)

Tale ciclo è talvolta alimentato e aggravato da quelli che l'autore definisce "imprenditori della disponibilità", ovvero coloro che operano allo scopo di assicurare un flusso continuo di notizie allarmanti. Tale vortice di notizie sensazionalistiche è alimentato anche dalla concorrenza esistente fra le varie testate giornalistiche che cercano di fare leva su una narrazione emotiva degli eventi e non razionale. Gli scienziati e coloro che potremmo definire il pubblico degli esperti sebbene cerchino di mitigare la paura indotta, riescono a coinvolgere poche persone e ciò per lo stile di comunicazione basato non sul sensazionalismo emotivo ma sulla razionalità e sull'evidenza empirica. Si crea una spirale che polarizza sempre più i toni sullo specifico esempio, connotando chi cerca di mitigarne la drammaticità di impostori che tentano di insabbiare la faccenda. Diviene quindi un problema di rilevanza politica perché è nelle menti di tutti, e la politica non può non esprimersi nel momento in cui gli elettori ripongono l'attenzione su un determinato tema. La cascata di disponibilità ha quindi ristretto i campi di attenzione della politica che inevitabilmente dovrà agire in tal senso sebbene magari non vi sia un'effettiva urgenza d'intervento, destinando dunque risorse che sarebbero state meglio spese in contesti ove vi sia la reale necessità di un intervento ma nella quale nessuno presta attenzione.

Kurtan e Sustein presero come esempio due fatti, uno l'abbiamo già incontrato nell'illusione di certezza ed è lo scandalo di Love Canal, a Niagara Falls l'altra è la c.d. fobia di Alar⁷¹. Nel primo caso come abbiamo visto si trattava del rilevamento di scorie tossiche in precedenza sotterrate. Il clima d'opinione che portò tale scoperta alimentò attraverso le cascate di disponibilità timori e fobie sempre più grandi. Infatti, sebbene gli esperti confermassero che seppur grave il fenomeno andava ridimensionato, e non vi erano rischi effettivi né potenziali ai residenti della zona. Nonostante le

⁷¹ Sunstein Cass R., Kurtan Timur. *Availability Cascades and Risk Regulation*, in *Stanford Law Review*, 51, 1999, pp. 683-768.

affermazioni degli scienziati, molti cittadini furono evacuati in altre zone a spese dei contribuenti attraverso l'istituzione del *superfund* di cui abbiamo già parlato. Il secondo esempio invece riguarda l'utilizzo di un prodotto chimico che fungeva da pesticida denominato alar. Esso veniva spruzzato sulle mele per proteggerle e renderne l'aspetto migliore. Successivamente all'uscita di un articolo scientifico che dimostrava la tossicità dello stesso se consumato in dosi massicce. Bastò questo per scatenare un'ondata di panico generalizzato, sebbene gli esperti sottolineassero che la percentuale di tossicità del prodotto non avrebbe causato nessun rischio per la salute dell'uomo. La cascata però aveva preso il suo corso, fu quindi ritirato dal commercio dalla FDA (Food and Drug Administration), causando un ingente danno economico all'industria di mele.

CAPITOLO 3

L'INFODEMIA

“il nostro cervello è fondamentalmente una macchina che elabora informazioni. Tramite gli organi di senso acquisisce le informazioni provenienti dal mondo esterno, estrae l'importante, lo frulla e lo digerisce. Poi, in base alle nuove informazioni e quelle già memorizzate, decide come comportarsi. La cattiva informazione è come una malattia che attacca il cervello. Vi manomette la testa, spingendovi a fare cose che invece non dovrete fare, inducendovi a prendere pessime decisioni. Proprio come un virus potente prende il controllo delle vostre cellule, la cattiva informazione può condizionare il vostro comportamento. Può alterare il vostro modo di interagire con il mondo e, di conseguenza, può cambiare il mondo stesso”⁷²

Il termine Infodemia indica la:

“Circolazione di una quantità eccessiva di informazioni, talvolta non vagliate con accuratezza, che rendono difficile orientarsi su un determinato argomento per la difficoltà di individuare fonti affidabili.”⁷³

Tale concetto appare per la prima volta nell'articolo “When the Buzz Bites Back” di David J. Rothkopf⁷⁴ in merito alla diffusione esponenziale di disinformazione e informazione in merito alla SARS nel 2002-2003. Il termine è la traduzione italiana di infodemic⁷⁵, termine questo composto da information ed epidemic volto a considerare l'informazione come ad un virus in grado di contagiare e rendere nocivo l'intero ecosistema informativo attraverso il mescolamento indiscriminato di fatti reali, ipotesi remote, voci non confermate, teorie del complotto. A differenza del concetto di “sovraccarico informativo”, caso che si verifica nel momento in cui vi è un'eccessiva abbondanza d'informazioni nel momento in cui si deve prendere una decisione, nell'infodemia non soltanto le informazioni sovrabbondano, ma anche l'attendibilità e la credibilità di alcune fonti si rassomigliano

⁷²Seife Charles. (2015). *Le menzogne del web. Internet e il lato sbagliato dell'informazione*. Bollato Boringhieri. Torino p 22

⁷³ Fontanin Matilde. (2022). *Dalle Fake news all'infodemia. Glossario della disinformazione*. Editrice bibliografica. Milano p 101

⁷⁴ Rothkopf David J., *When the buzz bites back*, “Washington Post”, 11 Maggio 2003.

generando un clima di incertezza e spaesamento. Non è sempre il sinonimo di Fake news o post-verità, e ciò perché in tal contesto non per forza le informazioni sono false o distorte ma anche l'abbondanza d'informazioni ufficiali e credibili possono alimentare l'infodemia.

Essa rappresenta il terreno fertile di cui Nicita⁷⁶, individuava la necessità affinché disinformazione e manipolazioni informative possano avere campo libero per poter espletare la propria forza.

Tale ricchezza d'informazione, si accompagna alla nostra povertà di attenzione, siamo poco inclini a possedere risorse cognitive necessarie ad analizzare tutte le informazioni alle quali siamo esposti. Questa sovrabbondanza informativa avverte sempre più la necessità di allocare efficientemente l'attenzione disponibile. Utilizzando un termine introdotto da Tim Wu (2016)⁷⁷, oggi la modernità vede come protagonisti i “mercanti di attenzione” che lottano costantemente per instillare nella nostra mente una piccola nicchia di attenzione collettiva (Arielli, 2018). Considerando che le nostre risorse attenzionali sono ridotte, la focalizzazione spontanea su alcuni elementi diviene il campo di battaglia per manipolare e orientare l'attenzione su elementi determinati da terzi. Negli studi sui media si parla spesso del concetto di “agenda setting”, ovvero la possibilità di modificare la percezione d'importanza di alcune tematiche rispetto ad altre. Se infatti, nei media viene costantemente ripetuta una determinata questione (come potrebbe essere un fatto di cronaca nera, o come abbiamo visto all'inizio della guerra tra Ucraina e Russia) l'importanza di tale argomentazione diverrà centrale nella vita quotidiana delle persone, dato che diverrà argomento centrale di molte conversazioni considerando la diffusione ampia e la riconoscibilità collettiva di quel preciso fenomeno. Al contrario se un fatto è poco discusso all'interno dei media, difficilmente entrerà nei discorsi delle persone comuni. Se in passato tale fenomeno era circoscritto in campi ben definiti dai media tradizionali, l'avvento dei nuovi media ha completamente ribaltato tale logica, fornendo un campo molto più esteso ove s'inscrive la battaglia per l'attenzione:

“il tradizionale scenario in cui pochi -guardiani del cancello- (gatekeepers), costituiti da fonti ufficiali d'informazioni, costituivano il filtro attenzionale su ciò che è importante e ciò che non lo è, si è frammentato in un panorama pluralistico e conflittuale. Molteplici fonti cercano di determinare il grado di rilevanza di un argomento e, allo stesso tempo cercano di mostrarsi più affidabili rispetto alle fonti antagoniste, etichettate al contrario come generatrici di fake news.”⁷⁸

⁷⁶ Nicita Antonio. (2021). *Il mercato delle verità. Come la disinformazione minaccia la democrazia*. Il Mulino. Bologna

⁷⁷ Wu Tim. (2016). *The attention Merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Knopf. New York

⁷⁸ Arielli Emanuele Bottazzi Paolo. (2018) *Idee Virali: Perché si diffondono*. Il mulino. Bologna.

La famosa frase attribuita ad Hegel “*la preghiera del mattino dell'uomo moderno è la lettura del giornale. Ci permette di situarci quotidianamente nel nostro mondo storico*” sembrerebbe oggi essere stata sostituita dallo “scrollare” le notizie attraverso i social, il navigare nella bacheca Facebook, che mescola informazioni su tematiche estremamente diverse da fonti molteplici e differenziate la cui credibilità è spesso dubbia.

Il problema dell'attenzione e del tempo di fruizione era stato già indagato da Lippmann nel capitolo “Il contatto e la possibilità” nel suo libro sull'opinione pubblica. Egli, infatti, esorta a considerare la limitatezza sia temporale di fruizione dell'informazione sia la capacità analitica di poter andare affondo nel fenomeno posto all'attenzione. Se si pone infatti la vita di un operaio medio con bassa scolarizzazione la sua capacità e la possibilità di spendere tempo ed energie cognitive nella comprensione di tutti i fenomeni che vengono proposti è alquanto utopistica. Nelle parole di Lippmann le persone:

“si muovono, come se stessero al guinzaglio, entro un raggio prestabilito di conoscenze e secondo le regole e il vangelo del loro ambiente sociale. Tra gli uomini la cerchia della conversazione d'affari e al club e nello scompartimento per fumatori è più ampia dell'ambiente al quale appartengono. Tra le donne l'ambiente sociale e la cerchia della conversazione sono spesso quasi identici. È nell'ambiente sociale che le idee derivate dalla lettura e dalle conferenze e dalla conversazione convergono, vengono classificate, accettate, respinte, giudicate e sanzionate. È là, infine, che viene deciso ad ogni fase di una discussione quali autorità e quali fonti di informazione sono ammissibili, e quali no. Il nostro ambiente sociale si compone di coloro che nella frase «la gente dice» costituiscono la gente; sono la gente la cui approvazione ha per noi l'importanza più intima”⁷⁹

Lippmann amplia il ragionamento e lo iscrive all'interno di quello che Riva⁸⁰ definisce come la “comunità di pratica” ovvero il gruppo entro il quale viene condivisa una cultura, un proprio linguaggio e un modo di esprimersi. È in quello specifico spazio, il luogo entro cui si costituisce un certo filtro di consumo dall'offerta informativa. È l'appartenenza ad una determinata comunità che ascrive il perimetro di fruizione e di comprensione delle informazioni, e sempre in tal contesto lo spazio in cui va a formarsi l'opinione. Come riporta Arielli:

⁷⁹ Lippmann Walter. (2004). *L'opinione pubblica*. Donzelli. Roma p 59

⁸⁰ Riva Giuseppe. (2018). *Fake news*. Il Mulino. Bologna

*“per la maggior parte delle persone i confini delle comunità in cui sono inserite coincidono con i limiti del mondo. Il dominio delle verità possibili, l’orizzonte delle ambizioni, le informazioni rilevanti, affiorano dalle abitudini e dai discorsi che circolano nell’ambiente di appartenenza.”*⁸¹

In questo capitolo indagherò come diviene virale l’informazione, come essa possa declinarsi attraverso una logica collettiva verso nuovi significati. Verrà infatti posta in evidenza la totale mancanza di necessarietà ad una sua connessione all’oggettività, ma assumerà rilevanza solo il suo situarsi in una contestualizzazione specifica.

3.1 CAMERE DELL’ECO

*Stringendogli la mano, sembrò a Drogo di entrare finalmente nel mondo della Fortezza. Quello era il primo legame e ne sarebbero venuti poi innumerevoli altri di ogni genere, che l’avrebbero chiuso dentro.*⁸²

Se combiniamo il bias di conferma e la conformità presente nei gruppi otteniamo quello che Jonathan Rauch definisce tribalismo epistemico. La nostra cognizione viene influenzata non solo dai nostri pregiudizi, ma anche dai pregiudizi del gruppo in cui ci identifichiamo. Se consideriamo infatti, l’ambiente in cui sono vissuti i primi uomini, la conformità alle credenze della tribù era fortemente vantaggioso, e ciò in virtù di tutto quel sapere generazionale che veniva trasmesso, attraverso il quale si poteva fare esperienza del mondo in maniera più rapida anche se mediata. Per funzionare, non ci basiamo solamente nel nostro cumolo di esperienze, come già detto, ma anche su un bagaglio di conoscenza socialmente condivise, la nostra conoscenza è quindi inestricabilmente intrecciata con quella degli altri. L’effetto del gruppo sul singolo è ampiamente documentato. Innanzi tutto, dovremmo partire da un classico della psicologia sociale, ovvero dagli studi condotti da Muzafir Sherif. In un esperimento⁸³ venne mostrato ai partecipanti un punto luminoso all’interno di una stanza, mediante un effetto ottico il punto sembrava muoversi, sebbene, in realtà esso fosse fermo. Fu chiesto loro di descrivere quindi, il movimento che essi percepivano. In alcune sessioni i

⁸¹ Arielli Emanuele Bottazzi Paolo. (2018). *Idee Virali: Perché si diffondono*. Il Mulino. Bologna. p 117

⁸² Buzzati Dino. (1945). *Il deserto dei Tartari*. Mondadori. Milano p 55

⁸³ Per leggere l’intero esperimento Abrams Dominic, Levine John. (2012). *The Formation of Social Norms: Revisiting Sheriff’s Autokinetic Illusion Study*, in J. R. Smith and S. A. Haslam, eds., *Psychology: Revisiting the Classic Studies*. Sage Publications.

partecipanti erano soli, in altre erano in gruppo. Si constatò come all'interno dei gruppi con il passare del tempo le percezioni tendevano a convergere verso ad un unico punto. La percezione del gruppo, inoltre, non era una media delle varie considerazioni, bensì una percezione completamente autonoma.

“Si può affermare che l'informazione per essere elaborata non va dall'occhio al cervello e poi al gruppo, ma dall'occhio al gruppo e poi al cervello.”⁸⁴

Un altro esperimento interessante nella letteratura classica della psicologia sociale è quello di Solomon Ash. Esso prevedeva che 8 partecipanti (di cui 7 erano in realtà collaboratori dello sperimentatore) si incontrassero in uno spazio adibito per fare “un test di discriminazione visiva”. Veniva loro poste delle schede con tre linee di tre grandezze diverse in ordine decrescente, mentre su un'altra scheda vi era disegnata un'altra linea di grandezza identica alla prima posta. Lo sperimentatore, quindi, chiedeva innanzitutto ai complici, quale fosse la linea corrispondente nelle due schede. Dopo un paio di ripetizioni “esatte”, alla terza serie di domande gli intervistati cominciarono a rispondere in maniera omogenea e sbagliata. Si constatò come nella maggioranza dei casi, all'incirca il 75% delle volte, il soggetto dell'esperimento si conformava all'opinione del gruppo. Sulla base di quest'ultimo esperimento si può fare un'ulteriore considerazione; infatti, gli individui oggetto dell'esperimento erano fra loro degli estranei, dobbiamo quindi renderci conto quanto è influente la dinamica di gruppo in un contesto di persone conosciute. La forza della conformità funziona anche quando la credenza di gruppo non viene condivisa dal soggetto. Anche quando ci si sforza di mantenere un'opinione distaccata e autonoma, il gruppo può rimanere intrappolato in un circolo vizioso determinato dal bias di conferma. Anche se i membri del gruppo cercano di recuperare informazioni esatte e affidabili, può comunque accadere che ci si limiti a dare conferma e ad amplificare i reciproci pregiudizi. In questo caso parleremo di camere dell'eco, più comunemente definite *echo chamber*. Esse ci portano al pericolo di farci ritrovare in un circuito chiuso, che riflette sé stesso e che, sebbene le pluralità informativa, finisce per chiudere i soggetti in un mondo ristretto, popolato da nostri simili.

“Un clan una tribù, una comunità in cui prende vita il fantasma di Narciso; dove ognuno è narciso di sé stesso”⁸⁵

⁸⁴Rauch Jonathan. (2021). *La costituzione della conoscenza. In difesa della verità*. Castelvechi. Roma p 49

⁸⁵Quattrocioni W. Vicini A. (2016) *Misinformatio: guida alla società dell'informazione e della credulità*. Milano, Franco Angeli p 66

Sono quindi, delle vere e proprie camere di risonanza in cui troviamo ciò che ci piace, con le persone che possiedono i nostri stessi interessi e condividono le nostre interpretazioni della realtà e le stesse narrazioni. Nei social network attuali questo fenomeno è del tutto automatico, e permette di rinforzare la diffusione in rete di informazioni non corrette, che, nel momento in cui sono assunte come vere, quindi credibili, difficilmente se ne riuscirà a dimostrare la loro infondatezza (Quattrociocchi & Vicini, 2016).

Non tutte le echo chamber però funziona allo stesso modo, si è constatato infatti come alcune camere dell'eco possedessero un grado di viralità nel tempo diverso. Nello studio "The spreading of misinformation online"⁸⁶ si è constatato come nelle echo chamber basate su narrazioni alternative ha un andamento lineare, ovvero con il passare del tempo aumenta anche il numero di utenti coinvolti dall'informazione, mentre quelle di natura scientifica possiedono un picco iniziale di interesse, dove, rispetto alla precedente, possiede un numero di utenti coinvolti iniziali molto maggiore, con il tempo però progressivamente e rapidamente decrescono⁸⁷. In sostanza le narrazioni alternative hanno una partenza più tranquilla ma poi si diffondono in maniera più ampia e duratura. Lo studio inoltre riporta alcune similitudini, infatti il picco di attenzione viene registrato per entrambe in meno di due ore e la loro diffusione si protrae per cinque ore (Quattrociocchi & Vicini, 2016). Un ulteriore dettaglio interessante sta nel fatto che il 26% delle notizie alternative dura più di un giorno mentre nell'ambito scientifico si passa al 18%. In conclusione, lo studio conferma quanto già detto in merito alle echo chamber, si è rilevato infatti, che la probabilità di condivisione da parte di utente attivo sugli stessi argomenti è del 97%. Il numero di persone quindi coinvolte in un processo virale è strettamente collegato alla dimensione dell'echo chamber. L'esposizione selettiva ad alcuni contenuti è il motore principale per la condivisione di quegli stessi contenuti e inoltre, la spinta all'omogenizzazione dei gruppi.

Una prospettiva diversa ma, nonostante ciò, in linea con quanto esposto è la posizione di Leon Festinger, il quale afferma che il comportamento è determinato da schemi elaborati con l'esperienza o acquisiti con l'informazione, sulla base dei quali non elaboreremo in seguito uno schema personale di riferimento con cui modulare il nostro comportamento. Fino a qui nulla di diverso da quanto affermato, la particolarità del suo pensiero sta nel concepire l'individuo come ricercatore di conferme nel gruppo. Egli sarà indotto a ricercare nel gruppo la giustezza delle proprie credenze, e a modulare

⁸⁶ Del Vicario M., Bessi A., Zollo F., Petroni F., Scala A., Caldarelli G. & Quattrociocchi W. "The spreading of misinformation online", Proceedings of the National Academy of Sciences, 113(3), 2019, pp 554-559.

⁸⁷ Lo studio è stato condotto attraverso un campionamento di 67 pagine pubbliche nel periodo che va dal 2010 al 2014. Le pagine erano divise in due macrocategorie, una considerata di "narrazioni alternative" consistente di 32 pagine, mentre l'altra di 35 considerate scientifiche.

il proprio comportamento in modo tale che esso sia conforme al gruppo e coerente con le proprie credenze. Quanto esposto è la famosa teoria “del confronto sociale” secondo la quale gli individui valuteranno le proprie capacità e le proprie opinioni nel confronto con quelle degli altri. Ne consegue quindi la tendenza inevitabile di generare gruppi simili.

3.1.1 Polarizzazione

Un aspetto centrale nelle dinamiche di gruppo è la tendenza naturale alla polarizzazione delle posizioni (Quattrociocchi & Vicini, 2016). Tale dinamica sembrerebbe essere notevolmente accresciuta attraverso l'utilizzo dei nuovi media. Carl Sustain ne ha dato un'interessante disamina in “Deliberative Trouble? Why groups go to extremes”⁸⁸. La sua posizione è chiara e semplice, ovvero un gruppo che condivide interessi simili, genererà nel tempo opinioni sempre più estremizzate rispetto all'opinione individuale del soggetto affiliato. Secondo l'autore tali effetti sarebbero generati da due fattori principali, il primo è relativo all'influenza sociale, mentre il secondo risiede sull'avvertita necessità di enfatizzare l'insieme limitato degli argomenti su cui si costituisce l'unità del gruppo. Quest'ultima affermazione è abbastanza intuitiva, se ci pensiamo infatti, ogni gruppo si basa su un gruppo limitato di elementi informativi, ciò fa sì che in quegli stessi argomenti verrà posta una volontà di approfondimento. Un'interessante dinamica della polarizzazione dei gruppi è riportata da Stoner negli anni Sessanta. L'esperimento prevedeva di sottoporre a tredici prove alcuni gruppi di studenti, le cui domande prevedevano un certo grado di rischio nella risposta, le stesse domande erano state poste ai membri singoli dei gruppi in un contesto non di gruppo. Il risultato di tale esperimento dimostrò come dodici volte su tredici, i gruppi intraprendevano un grado maggiore di rischio rispetto ai soggetti presi singolarmente. La spiegazione a tale fenomeno di polarizzazione in parte si spiega attraverso quanto precedentemente esposto sull'esperimento di Asch, ovvero la conformità che il gruppo esercita nel singolo. Inoltre, può essere spiegata dalla fiducia nei confronti delle persone che si ritengono simili (Quattrociocchi & Vicini, 2016). Quando non si ha un'opinione chiara su un determinato fenomeno si possono acquisire quelle degli altri per imitazione sociale.

Possiamo inoltre spigare la polarizzazione utilizzando il concetto di omofilia presente nei gruppi. Se come fino ad ora abbiamo asserito, i gruppi ricercano una certa similarità e ciò in virtù del fatto che non è tanto l'interazione a renderci simili, ma è la somiglianza a generare e a stimolare l'interazione

⁸⁸ Sustain Carl. “*Deliberative trouble? Why groups go to extremes*”, in *The Yale Law Journal*, 110(1), 2000, pp. 71-119.

(Arielli & Bottazini, 2018). Rober Axelrod⁸⁹ considerò come “l’amore per il proprio simile” è sufficiente a creare estraneità con il dissimile. Ciò determinato dal fatto che i simili interagiscono maggiormente e si influenzano di più, imitandosi divengono via via più somiglianti e omogenei. Ciò implica però anche il suo contrario, ovvero, se si è meno simili con qualcuno si tenderà ad una minore interazione, comportando quindi con il tempo a generare una divergenza che con il tempo non può che aumentare. Potremmo pensare a questo punto che ciò avviene solamente nei contesti in cui la formazione del gruppo possieda delle premesse intenzionali legate a preferenze condivise, ricerca di conferma alle proprie credenze ed opinioni, come fino ad ora descritto. Il fenomeno però è più pervasivo di quanto potremmo o vorremo immaginare. Attraverso gli studi di Henri Tajfel ⁹⁰la psicologia sociale ha dimostrato attraverso il “paradigma del gruppo minimo” come a partire da motivazioni futili si possa innescare all’interno di un gruppo un processo di polarizzazione colmante in conflittualità aperta verso l’out Group. Nel caso specifico l’autore propose un esperimento in cui gli alunni di una scuola venivano assegnati in due gruppi di lavoro sulla base di un lancio di una moneta, quindi mediante un’ estrazione del tutto casuale. Si rilevò come con il passare del tempo le due fazioni si compattavano progressivamente, e assunsero atteggiamenti sempre più pregiudizievole nei confronti dell’altro gruppo. Non era necessaria una ragione specifica per enfatizzare la polarizzazione del gruppo, bastava semplicemente un criterio casuale che spingesse all’interazione più intensa i soggetti con il proprio nuovo gruppo. Un dettaglio non meno importante che fu rilevato, fu la percezione di maggiore omogeneità nel gruppo antagonista, mentre venivano esaltate caratteristiche comuni all’interno del gruppo ed esacerbato il loro carattere positivo. Riprendendo ciò Axelrod osservò come in una popolazione eterogenea, l’omofilia induce le persone a costituire aree locali di individui sempre più omogenei, generando divisioni culturali sempre più nette.

Vi è da aggiungere un ulteriore elemento di criticità che potremmo rilevare nella modernità ovvero la possibilità di interazione attraverso i social media. Se prima infatti, tali processi implicavano ad ogni modo una compresenza fisica dei soggetti interagenti, l’utilizzo degli spazi social ha potenziato il fenomeno che ha potuto eliminare la territorialità come elemento centrale da cui dipendeva l’interazione, generando uno spazio virtuale dove il ricercare conferme alle proprie credenze risulta più semplice ed immediato.

⁸⁹ Axelrod Richard. *The dissemination of culture: A model with local convergence and global polarisation*, in *Journal of conflict resolution* 1997 pp. 203- 226

⁹⁰ Tajfel Henri. *Experiments in intergroup discrimination*. in *Scientific American* n. 223, 1970, pp 96-102

3.2 OPINIONI CONTAGIOSE

“Quando l’informazione virale penetra in una cellula, prende il controllo del centro di elaborazione dei dati. (...) La cellula non funziona più come dovrebbe, elaborando e obbedendo al codice genetico trasmesso di generazione in generazione dagli esseri umani; è diventata schiava dell’informazione virale”⁹¹

Ci manca da capire come determinate idee possano divenire virali e influenzare la mente della maggioranza delle persone. Come abbiamo detto oggi non è un terreno semplice il conquistare l’attenzione del pubblico esteso, e ciò per la mole d’informazione alla quale ogni singolo individuo è sottoposto costantemente. Ci chiederemo in questo paragrafo quindi come un’opinione possa divenire virale, accostarsi alle credenze di una molteplicità di soggetti fra loro diversi. Se fino ad ora abbiamo constatato il concetto di gruppo nel senso di una tribù epistemica che preme sulle credenze dei propri membri conformandole e polarizzandone i comportamenti, guarderemo ora al singolo individuo e al suo rapporto non tanto con il gruppo di riferimento ma con la collettività in senso più esteso.

3.2.1 Il contagio emotivo

Emanuele Arielli e Paolo Bottazini, nel loro libro “Idee Virali” partono con un interessante racconto di quella che fu un esempio tragico di “contagio” nel 1774, anno questo, di pubblicazione del libro “I dolori del giovane Werther”, in cui moltissimi giovani europei si tolsero la vita ispirati proprio dall’opera di Goethe. Un fenomeno di una portata tale per cui alla facoltà teologica di Lipsia fu addirittura bandito il libro, seguita poi dalla diocesi di Milano e da nazioni come la Danimarca. Tale fenomeno si accompagna ad una nuova tendenza giovanile, ovvero alla lettura dei romanzi, che proprio in quel periodo avevano preso piede. L’esempio riportato è solamente uno fra tanti fenomeni che vengono descritti con il termine contagio, a metà strada tra diffusione di massa ed effetto domino indotto dal contagio imitativo.

Saltando di un paio di secoli ad assorbire oggi tutta l’attenzione è la rete, attraverso cui svolgiamo quasi la totalità delle nostre attività quotidiane. Come abbiamo visto precedentemente, quello della rete è uno spazio che permette l’amplificarsi dell’interazione senza la necessità di una sincronicità fisica fra interagenti, sebbene ciò, tale spazio virtuale possiede comunque le stesse caratteristiche e particolarità proprie dell’interazione faccia a faccia.

⁹¹ Seife Charles. (2015). *Le menzogne del web. Internet e il lato sbagliato dell’informazione*. Bollati Boringhieri. Torino p 18

Uno studio⁹² condotto dall'università di Ithaca alla Cornell University, indagò sul funzionamento di contagi di tipo emotivo fra soggetti, cercando di vedere se anche in contesti virtuali accade quella condivisione di stati emozionali tipica nelle manifestazioni collettive o nella tifoseria sportiva. Il gruppo, capitanato da Adam Kramer raccolse 700000 utenti Facebook ignari di essere soggetti a sperimentazione e divisero tale macro-gruppo in due collettività. Nel primo fu ridotto il numero di feed positivi nel secondo all'opposto quelli negativi. I risultati mostrarono con chiarezza che nel primo gruppo le persone pubblicavano più stati negativi che positivi. Ciò accadde all'opposto nell'altro gruppo. Un ulteriore elemento rilevato era che minore era l'intensità emotiva dei post ai quali erano stati esposti i soggetti minore era il loro grado di coinvolgimento e di interazione.

Il risultato dell'esperimento come riportano gli autori non ha un peso persuasivo di grande portata, nel senso che di certo attraverso questo non si sono verificati stati depressivi profondi nei soggetti presi in esame. Sebbene è ormai chiaro quanto sia stata efficace l'influenza che ha avuto la diffusione di messaggi mirati nella campagna elettorale del 2016 negli stati uniti e nella Brexit del Regno Unito. Ancora più sconcertante fu lo scontro fra manifestanti nazionalisti e antifascisti nel 2016 a Hutson che furono indotti allo scontro da una fonte straniera che aveva postato, sia su una pagina di conservatori pro-texani e una di sostegno alle minoranze musulmane, messaggi che aizzassero e polarizzassero le due fazioni⁹³. Di certo il tentativo di influenza e contagio non è un tema moderno, ma con questi esempi possiamo già comprendere come nel mondo digitale di oggi, tali fenomeni non solo rimangono efficaci come un tempo, ma anzi ampliano in modo esponenziale le possibilità di influenza.

Quanto finora descritto è iscritto in quello che viene definito contagio emozionale, lo stesso che più di un secolo fa, Gustave le Bon descriveva ne "La Psicologia delle Folle", ovvero come la compresenza fisica di più soggetti in uno spazio condiviso portasse la folla ad alterare il proprio stato emotivo polarizzandolo su posizioni sempre più estreme. Esso rimane un fenomeno di contagio che, come abbiamo visto, permane nel digitale con nuove e più ampie possibilità, ma rimane un automatismo che non riguarda la diffusione di un'opinione o di conoscenze. Un fattore centrale nel processo di contagio sta nella propensione umana, o per meglio dire necessità, dell'imitazione. Vi è una ragione evolutiva in ciò, ed è quanto abbiamo già discusso nel primo capitolo. Nasciamo senza una cognizione del mondo, senza possedere uno schema cognitivo che possa dare senso alla realtà esterna, ecco perché fin da subito cerchiamo nell'altro uno strumento per comprendere la realtà

⁹² Kramer Adam, Guillory Jamie, Hancock Jeffrey. *Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*, in PNAS, 111, 24, 2017, pp 8788-8790.

⁹³ Here Are the Russia Facebook Ads That Tried to Dupe You | PCMag

esterna. Permane in noi tale tendenza per tutta la vita e ci torna utile in tutte quelle circostanze in cui non possediamo una chiara cognizione di come è meglio agire o come ci si dovrebbe comportare in una determinata situazione.

3.2.2 Imitazione

*“Perché a chiunque ha, sarà dato nell’abbondanza, ma a chi non ha, sarà tolto anche quello che ha”
(versetto 25,29 del vangelo di Matteo)*

Il passo appena citato fu d’ispirazione per il sociologo Robert K. Merton che attraverso ad esso ha coniato il c.d. “Effetto San Matteo”⁹⁴, nelle sue parole:

*“la dottrina di S. Matteo sembrerebbe affermare che i processi ipotizzati devono produrre una diseguaglianza di ricchezza illimitatamente crescente, per quanto la ricchezza sia costruita in ogni sfera dell’attività umana. Concepita come un processo in divenire e non come un singolo evento, la pratica di dare a chi ha già molto mentre si prende da chi ha poco farà sì che il ricco diventerà sempre più ricco, mentre il povero sempre più povero. Sempre di più, la deprivazione assoluta, e non solo relativa, sarebbe in continuazione all’ordine del giorno.”*⁹⁵

Egli inserisce tale fenomeno nel contesto delle pubblicazioni scientifiche dimostrando come soggetti che all’inizio della loro carriera pubblicano in riviste prestigiose avranno un seguito molto maggiore rispetto ad altri ricercatori, senza che il valore di quanto pubblicato sia effettivamente preso in considerazione. L’effetto è stato poi ripreso per spiegare come, nel caso di un contesto di incertezza tenderemo a seguire e ad imitare il comportamento degli altri. L’esempio classico in letteratura è quello della tipica situazione in cui dovremmo scegliere fra due ristoranti in una zona che non conosciamo. Ciò che faremo come prima cosa è considerare quante auto sono parcheggiate fuori dai due locali, considerando quindi quello più affollato il più affidabile. Forse quanto finora descritto può apparirci fuori luogo, non attinente a quanto fino ad ora abbiamo discusso. Ma immaginiamo ora di cercare di dare una spiegazione ad un fenomeno di complessa definizione, di cui non sappiamo molto, come potrebbe essere un atto terroristico, conflitti internazionali o come abbiamo recentemente vissuto, la diffusione di un virus come il Covid-19. Le narrazioni che spiegheranno il fenomeno a cui presteremo maggiore attenzione saranno quelle che maggiormente verranno riportate dai notiziari e di conseguenza dalle persone della nostra cerchia sociale. Ciò ci riporta a quanto abbiamo visto e

⁹⁴ Merton K. Robert (1968). *Teoria e struttura sociale III. Sociologia della conoscenza e sociologia della scienza*. Il Mulino. Bologna

⁹⁵ Merton K. Robert (1968). *Teoria e struttura sociale III. Sociologia della conoscenza e sociologia della scienza*. Il Mulino. Bologna pp 1172-1173

discusso nel capitolo due riferito alle cascate informative. Sul punto si apre anche un ulteriore considerazione in merito alla persuasività di un'informazione. Come riportano Arielli e Bottazini la forza di persuasione si manifesta nel percepire come una mole sempre più grande di individui posseggano quella specifica informazione e ciò ci farà ritenere che se così conosciuta essa non potrà essere di certo falsa, come riportato dagli autori:

“A differenza del passaparola individuale, infatti, simile al contagio di una malattia in cui il virus passa da soggetto a soggetto, qui il contagio è detto complesso, in quanto prodotto da canali multipli di influenza e dal peso suggestionante del gruppo e dell'ambiente sociale.”⁹⁶

L'esempio più banale potrebbe essere il consiglio di lettura di un amico, e magari la stessa buona recensione viene riportata anche in televisione, invece di farci riflettere che tali riscontri positivi potrebbero essere il frutto di un effetto a valanga, andremo a considerare questi molteplici passaggi come elementi corroboranti, portandoci quindi ad interessarci del libro in questione, essendoci convinti della sua bontà.

Una ricerca condotta da Matthew Salganik, Peter Dodds e Duncan Watts⁹⁷ ha rilevato le scelte di ascolto di 14000 giovani su artisti sconosciuti. Veniva loro dato la possibilità di scegliere che musica ascoltare e quale scaricare per dare poi una valutazione con un punteggio. La metà di questi poteva svolgere tale compito in totale autonomia senza essere al corrente di quali fossero le scelte e i giudizi espressi dagli altri giovani. L'altra metà invece veniva suddivisa in otto gruppi non comunicanti fra di loro. In ogni gruppo tutti potevano vedere i giudizi degli altri e la quantità di canzoni che venivano scaricate per un determinato artista.

Il risultato della ricerca svolta confermò l'effetto san Matteo all'interno dei gruppi ai quali veniva offerta la possibilità di vedere quali fossero le opinioni degli altri. Un ulteriore elemento rilevato fu che nei gruppi si verificò una certa disomogeneità della hit favorita, che tendeva a variare sui gruppi.

Un'ulteriore ricerca che ricalcava la precedente si tentò di indagare se la popolarità di alcuni artisti potesse essere manipolabile. Salganik e Watts⁹⁸ infatti modificarono il presunto gruppo di ascolto cercando di rendere popolari canzoni poco gradite. Il risultato fu la conferma della manipolabilità delle opinioni sebbene però per un tempo determinato. Si notò infatti che le canzoni che senza

⁹⁶ Arielli Emanuele Bottazzi Paolo. (2018) *Idee Virali: Perché si diffondono*. Il Mulino. Bologna. p 28

⁹⁷ Salganik J. Matthew, Dodds S. Peter, Watts J. Duncan. *Experimental study of inequality and unpredictability in an artificial cultural market*, in science, 211, 5762, 2006, pp 854-856

⁹⁸ Salganik J. Matthew, Dodds S. Peter. *Leading the herd astray: An experimental study of self-fulfilling prophecies in an artificial cultural market*, in Social Psychology Quarterly, 74, 4, 2008, pp 338-355

manipolazioni avevano ottenuto un indice di gradimento maggiore tornassero poi alla ribalta nonostante la manipolazione per rendere le canzoni meno gradite artificialmente più gradite.

3.3.3. Il ruolo dell'opinion leader nella diffusione di informazioni

Seguendo quanto scritto da Malcolm Gladwell nel “Il punto critico⁹⁹” individua quella che viene chiamata legge dei pochi, per spiegare il fenomeno di contagio. Per l'autore vi è un numero limitato di attori che rivestono un ruolo di opinion leader e che influenzano il pubblico con i loro gusti, mode. La sua teorizzazione si basa sulle formulazioni di Elihu Katz e Paul Lazarsfeld e sul celebre studio di Stanley Milgram¹⁰⁰.

In particolare, quest'ultimo, riguardante la distanza di interazioni fra un soggetto ed un altro (ipotesi riguardante la distanza di un massimo di 6 persone nelle relazioni tra un individuo e un altro del tutto sconosciuto¹⁰¹) è stato preso e analizzato da Gladwell, considerando come più della metà delle lettere passavano e arrivavano per il tramite di tre persone. Per egli queste tre persone erano i guardiani del flusso informativo, sostanzialmente essi sono coloro che fanno superare il punto critico e generare i fenomeni di diffusione contagiosa. Sostanzialmente tale teoria rilancia il ruolo degli influencer.

Giorgi Grossi nel suo libro “l'opinione pubblica”¹⁰² utilizza il concetto di imprenditore cognitivo per definire l'opinion leader:

*“L'imprenditore cognitivo può essere infatti definito come quel particolare tipo di attore sociale (individuo, gruppo, organizzazione) che si assume il compito (e il rischio) di promuovere, attivare ed orientare un determinato processo di opinione di rilevanza sociale collettiva in quanto portatore d'interessi – l'imprenditore cognitivo investe in beni immateriali- sia di competenze- sa come presentare le questioni, sa come comunicare le problematiche, è capace di esprimere orientamenti ben argomentati, è dotato di un capitale d'opinione da valorizzare nella sfera pubblica.”*¹⁰³

⁹⁹ Gladwell Malcolm. (2000). *Il punto critico. I grandi effetti dei piccoli cambiamenti*. Milano Rizzoli

¹⁰⁰ Milgram Stanley. *The small-world problem, in Psychology today*, 1, 1, maggio 1967, pp 61-67

¹⁰¹ Per dimostrare ciò, Milgram aveva dato delle lettere diverse a delle persone scelte casualmente nel Nebraska, con il compito di farle arrivare ad un certo agente di cambio a Boston, a migliaia di chilometri di distanza. Per fare ciò le persone dovevano consegnare le lettere a persone che essi ritenevano più vicine all'obbiettivo, il quale a sua volta avrebbe fatto lo stesso. Con ciò egli dimostrò come circa sei passaggi fossero sufficienti per far pervenire la lettera al destinatario.

¹⁰² Grossi Giorgio. (2004) *L'opinione pubblica*. Laterza. Roma

¹⁰³ Grossi Giorgio. (2004) *L'opinione pubblica*. Laterza. Roma p 146

Egli si posiziona in maniera centrale nel campo demoscopico come uno dei fattori determinati per l'attivazione del processo di diffusione informativa, dato che le dinamiche dell'opinione non possono svilupparsi solamente nel dialogo individuale e nel dialogo interpersonale, ma implicano dinamiche transattive e processuali più complesse e articolate in cui entrano in gioco dei professionisti. Le percezioni errate o idonee delle dinamiche di opinione. Con ciò egli è un agente fondamentale nel processo di opinion-building perché non solo è decisivo nell'avvio del processo e nel suo attuarsi, ma anche alla sua conclusione, e ciò perché esercita la sua professionalità (che sia un politico di professione o volontario, gruppo di pressione o movimento di base, public relation man) al servizio di una causa, una issue, ad un conflitto politico/simbolico attraverso quello che potremmo definire come comunicazione influente attraverso l'interazione orientata all'egemonia cognitiva (Grossi, 2004).

Il suo operare si svolge quindi su due piani, ovvero assolve le funzioni di priming che, come vedremo in seguito, stimola l'accessibilità collettiva a certi temi, e la funzione anch'essa analizzata in seguito di framing che definisce la situazione discorsiva ovvero la cornice di senso entro cui si iscrive la dinamica d'opinione.

Rimanda inoltre a una poliedricità di forme di leadership, sia in senso formale che riguarda le figure istituzionali, esponenti politici, nelle élite sociali. La leadership comunicativa connessa ai ruoli di gatekeeping dei flussi informativi, dei canali d'informazione, manifestandosi come strumentali nella gestione dell'arena mediatica e sia come espressione, ovvero soggetti che veicolano l'opinione mediale in senso stretto. Infine, la leadership informale quella che comunemente comprende i vari leader d'opinione che operano nella vita quotidiana.

Non è dello stesso avviso Duncan Watts che per capire come scoppia un incendio bisognerebbe considerare quanto la boscaglia sia fitta e quanto i rami siano secchi se vi sia aria, e non tanto se vi sia stata una scintilla o a quale intensità vi sia stata. Sostanzialmente non sarà tanto l'influenzatore a determinare i fenomeni di contagio, ma il grado di accoglienza che possiede una determinata società ad una determinata idea. Egli considera l'impossibilità di prevedere fenomeni di contagio, come invece Gladwell è convinto di poter fare, e ciò perché essi secondo l'autore sono ravvisabili solo ex post e non ex ante, i casi di successo infatti sono frutto di narrazioni ex post e determinati da processi casuali. L'esempio che ne fa è dell'opera di Leonardo la Gioconda, che prima del furto rivendicato da un sedicente patriota al museo del Louvre la sua popolarità non si era mai affermata, e che anzi, all'opposto, prima di tale fatto essa non era nemmeno considerata fra le opere maggiori di Leonardo (Arielli & Bottazini 2018). Grossi salda le due visioni attraverso il concetto di "Clima d'opinione", che costituisce il secondo livello cognitivo e simbolico presente nella società ai quali singoli cittadini

sono consapevoli. Come osserva Neumann (1984) essi percepiscono “l’aria che tira”, cioè in quale direzione soffia il vento della maggioranza, la condivisione di un certo orientamento collettivo. Ogni soggetto, quindi, elabora una determinata e personale convinzione in merito a quale sia l’opinione della maggioranza su qualsiasi tema a portata della sua conoscibilità. Ciò non comporta immediatamente una riduzione della dissonanza cognitiva o l’accettazione della pressione della conformità, ma genera ad ogni modo un certo grado di propensione all’accordo tra la propria posizione cognitiva e quella supposta dominante nella collettività di riferimento per il soggetto.

In sostanza, il clima d’opinione è decisivo alla risoluzione del processo di opinione, se infatti, gli attori percepiscono coerenza tra gli orientamenti di opinione e il clima viene percepito positivamente, ci saranno più probabilità di una conclusione del processo stesso. Al contrario se vi è la percezione di divergenza, vi è il rischio che tale processo non veda conclusioni.

“in questo senso il clima d’opinione, da un lato sembra avere a che fare con l’opinione comune, cioè con quell’area di comune senso, di credenze condivise, di patrimonio valoriale che costituisce il fondamento cognitivo e simbolico di ogni collettività (...). Dall’altro, e soprattutto, sembra funzionare piuttosto da frame e da vincolo cognitivo in senso stretto, in grado di facilitare o impedire sia l’attivazione di un processo di opinion-building, sia la sua stessa configurazione come opinione pubblica in quanto distinta dall’insieme di opinioni individuali”¹⁰⁴

3.3.4 Trasmissione e identità

“La maggior parte delle persone non sono sé stesse, ma altri”¹⁰⁵

La segretezza di un’informazione è l’ingrediente essenziale perché questa diventi appetibile. Siamo infatti irresistibilmente affascinati dai pettegolezzi. La conoscenza di un segreto rappresenta una moneta di scambio di altissimo valore, capace di farci guadagnare stima e autorevolezza sociale agli occhi degli altri. Se pensiamo alle teorie del complotto, tutta la loro segretezza e opacità fungono da potente effetto di fascinazione ai nostri occhi. Jonah Berger, professore di marketing alla Wharton School of the University of Pennsylvania, vede in ciò il motore che spinge le persone a trasmettere e

¹⁰⁴ Grossi Giorgio. (2004). *L’opinione pubblica*. Laterza. Roma pp 155-156

¹⁰⁵ Wilde Oscar. (1992). *De profundis*. Feltrinelli. Milano p83

diffondere informazioni. Individua 6 elementi principali del meccanismo di contagiosità “social currency, triggers, emotions, public, practical value and stories. Nel libro “Contagius”¹⁰⁶ egli sostiene come l’informazione diviene “moneta sociale”. L’individuo, infatti, nel momento in cui diffonde un’informazione esclusiva al proprio gruppo di riferimento acquisirà un certo status di autorevolezza ai loro occhi¹⁰⁷. Con *Triggers* si riferisce al fatto che il nostro cervello è indotto come abbiamo visto nella sezione precedente¹⁰⁸, a seguire associazioni basate su ciò che è immediatamente disponibile. Se nell’ambiente in cui sono, esistono stimoli associabili ad un’idea, questa può diffondersi maggiormente. Emotion, ovviamente maggiore è l’intensità emotiva che un’informazione suscita maggiore sarà lo stimolo a diffonderla. Con *Public* intende la maggiore probabilità di condivisione di ciò che è pensato per essere mostrato ad altri “*Tiffany, Victoria’s Secret e tutta una serie di altre catene offrono ai clienti una borsa usa e getta con cui portare a casa quanto hanno acquistato. Tuttavia, data la valuta sociale collegata ad alcuni di questi marchi, molti consumatori riutilizzano le buste ricevute, invece di buttarle. Le usano per andare in palestra, per portarsi il pranzo da casa o per metterci giornali e documenti.*”¹⁰⁹

Practical value si riferisce alla tendenza a condividere ciò che ha un valore pratico per noi e per gli altri, trasmettendo quindi agli occhi degli altri una certa autorevolezza. Infine, *stories* indica che le narrazioni hanno una maggiore capacità di essere trasmesse diffuse e memorizzate, in quanto intrattengono e hanno la capacità di emozionare.

*“nella società dell’informazione, il prestigio associato alla diffusione di contenuti significativi ed esclusivi è infatti una forma di costruzione della propria apparenza sociale per mezzo di reputazione informazionale. Non si condivide solo una notizia, ma si condivide ed esibisce se stessi insieme ad essa mostrandosi conoscitori informati, intelligenti, arguti. Si condividono inoltre informazioni rare, che non sono ancora di dominio pubblico, rendendo partecipi gli altri di questa novità”*¹¹⁰

¹⁰⁶ Berger Jonah. (2013). *Contagious*. Simon & Schuster. United States

¹⁰⁷ Non è soltanto questione di vanità: siamo fatti per trovarlo piacevole. Jason Mitchell e Diana Tamir, neuroscienziati di Harvard, hanno scoperto che rivelare informazioni personali è estremamente gratificante. In una ricerca, hanno sottoposto a scintigrafia cerebrale ad alcuni partecipanti, chiedendo di esprimere i propri gusti personali, scoprendo che la condivisione di tali informazioni va a stimolare gli stessi recettori neurali della gratificazione che vengono anche stimolati dal cibo e dal denaro. Sostanzialmente parlare di quello che abbiamo fatto di divertente nel week end è come mangiare una bella fetta di torta. D. Tamir e J.P. Mitchell, «Disclosing Information About the Self Is Intrinsically Rewarding», *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 109, n. 21, 2012, pp. 8038-43.

¹⁰⁸ Nel caso specifico dei bias di disponibilità

¹⁰⁹ Berger Jonah. (2013). *Contagious*. Simon & Schuster. United States p 136

¹¹⁰ Arielli Emanuele, Bottazini Paolo. (2018) *Idee Virali. Perché i pensieri si diffondono*. Mulino. Bologna p 52

L'attività di diffusione, in sintesi, ha una doppia direzionalità, la prima, verso gli altri, orientata a diffondere il contenuto, funzionalmente al desiderio di coltivare nella mente degli altri un ambiente cognitivo affine alle proprie cornici cognitive, al proprio modo di vedere il mondo. In secondo luogo, rivolta verso sé stessi e inerente alla costruzione della propria identità, nel dare agli altri una determinata immagine di sé.

3.3 CREDIBILITA' E COMPETENZA

Kublai domanda a Marco: «Quando ritornerai a Ponente, ripeterai alla tua gente gli stessi racconti che fai a me?» «Io parlo, parlo» dice Marco, «ma chi m'ascolta ritiene solo le parole che aspetta. Altra è la descrizione del mondo cui tu presti benigno orecchio, altra quella che farà il giro dei capannelli di scaricatori e gondolieri sulle fondamenta di casa mia il giorno del mio ritorno, altra ancora quella che potrei dettare in tarda età, se venissi fatto prigioniero da pirati genovesi e messo in ceppi nella stessa cella di uno scrivano di romanzi d'avventura. Chi comanda al racconto non è la voce: è l'orecchio.»¹¹¹

Ritornando ora ai concetti elaborati nel primo capitolo, potremmo ora considerare come al fine di sviluppare una credenza, deve esservi credibilità della fonte informativa. Il termine *credibilità* si riferisce alle caratteristiche positive di un comunicatore che influisce direttamente sull'accettazione del messaggio da parte del ricevente. Il concetto è derivato da Aristotele che considerava la credibilità (*ethos*) insieme all'emotività (*pathos*) e alla riflessione (*logos*), uno degli elementi fondamentali e imprescindibili della persuasione (Rubinelli, Diviani, Fiordelli, 2020). In tempi più recenti, gli studi pionieristici sulla credibilità della fonte risalgono a quelli condotti da Carl Hovland dell'Università di Yale, il quale negli anni Quaranta diede vita ad una serie di studi sperimentali. Tali studi si basavano sulla teorizzazione denominata "Fonte-Messaggio-Canale-Ricevente"¹¹² sviluppato attraverso gli studi di Muzafer Sherif. La Scuola di Yale aveva l'obiettivo di ricercare quale fosse il fattore determinante per il cambio di opinione nei destinatari di un messaggio ovvero, fonte, messaggio, ricevente. Fu quindi chiesto a delle persone di dire la loro opinione circa un determinato tema. Successivamente gli si presentavano opinioni differenti provenienti da fonti diverse per cercare di comprendere, se esse avrebbero avuto un determinato peso. Per esempio, nel 1951 con il collega

¹¹¹ Calvino Italo. (1972). *Le città invisibili*. Mondadori. Milano p 130

¹¹² Hovland Carl, Sheriff Muzafer, *Social Judgment: Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change*. In American Journal of Sociology, Vol. 68 Issue 1, 1962, pp. 126–127.

Walter Weiss, condusse un esperimento¹¹³ nel quale ad un gran numero di persone fu dato un messaggio in cui si sosteneva un determinato punto di vista, per esempio che fosse possibile la costruzione di sottomarini nucleari, sebbene nel momento in cui l'esperimento fu somministrato, non era ancora possibile. Ad alcuni fu detto che la fonte di tale possibilità era il noto fisico J.Robert Oppenheimer¹¹⁴, ad altri invece fu detto che la notizia proveniva dalla Pravda¹¹⁵(rivista questa vista come suscettibile di propaganda quindi non propriamente oggettiva). Si confermò quanto Aristotele aveva già ribadito, ovvero la maggioranza degli intervistati mutò la propria opinione nel momento in cui fu attribuito ad Oppenheimer il messaggio, al contrario quando la notizia veniva attribuita alla rivista Pravda, il cambiamento di opinione fu fortemente limitato.

La credibilità della fonte ha di norma tre fattori principali, la competenza, l'affidabilità e l'attrattività (Rubinelli, Diviani, Fiordelli, 2020). Con competenza s'intende il possesso di conoscenze in un determinato ambito specifico. Alla competenza si arriva in molti modi diversi, può essere il risultato di un corso di formazione specifico che ne attribuirà validità o si può divenire competenti attraverso l'esperienza sul campo. Il secondo fattore, ovvero l'affidabilità fa riferimento alla predisposizione verso la verità, o alla probabilità che il produttore d'informazione ha di dire la verità. A differenza della precedente, non vi è un elemento che possa conferire certezza all'affidabilità. Per esempio, confideremo come più probabile l'affidabilità di una fonte derivante da istituzioni democratiche o da organizzazioni non governative di una certa rilevanza, come ad esempio l'OMS in ambito sanitario. Potremmo quindi concludere con un certo grado di certezza che, se un'informazione viene pubblicata sul sito ufficiale del ministero della difesa sarà vera, o quanto meno basata sulla migliore evidenza disponibile. Va da considerarsi come anche l'attendibilità sia situazionale, come la precedente, nel senso che una determinata fonte potrebbe essere affidabile su certi argomenti ma non su altri per la presenza magari di un conflitto d'interesse.

Il terzo fattore è la sua attrattività, che fa riferimento a tutte quelle caratteristiche facilmente e immediatamente visibili della fonte e di come essa si presenta. A differenza delle dimensioni precedenti, l'attrattività può fungere come amplificatore della nostra valutazione. Pensiamo infatti al

¹¹³ Hovland Carl I., Weiss Walter. *The influence of source credibility on communication effectiveness*, in "Public opinion quarterly", 15, 1951, pp. 635-650

¹¹⁴ Julius Robert Oppenheimer è stato un fisico statunitense, autore dei più importanti contributi alla fisica moderna e alla meccanica quantistica. Inoltre, la sua fama si lega inevitabilmente con il famoso progetto Manhattan. Per un racconto entusiasmante della sua vita e di quel periodo frenetico di scoperta per la fisica consiglio la lettura di Mercadini Roberto. (2021). *Bomba atomica*. Rizzoli. Milano

¹¹⁵ La *Pravda* in russo, Правдаè, un quotidiano russo fondato nel 1912. È stato l'organo di stampa ufficiale del Partito Comunista dell'Unione Sovietica dal 1922 al 1991. Dal 1997, lo è del Partito Comunista della Federazione Russa.

c.d. *halo effect*¹¹⁶ precedentemente discusso, se per esempio assistiamo ad una presentazione particolarmente espressiva e coinvolgente, saremmo indotti a ritenere che colui che tiene quella specifica performance, abbia anche le caratteristiche positive alle quali siamo stati indotti a pensare dalla presentazione stessa.

A questo punto è fondamentale chiedersi perché sia così fondamentale comprendere come le persone attribuiscono credibilità ad una certa fonte. Potrebbe apparire banale la questione, si potrebbe pensare che basterebbe semplicemente ricordare alle persone di osservare la fonte di una determinata informazione per assumerla poi come vera, magari consigliando il classico detto “l’abito non fa il monaco”. Ma ciò sarebbe una riduzione semplicistica del problema su cui ci troviamo di fronte, e ciò in primo luogo in virtù di quanto abbiamo precedentemente discusso, considerando come il nostro cervello non è in grado di svolgere correttamente questo tipo di valutazioni. Inoltre, nel mondo di oggi l’expertise è divenuto un fattore centrale nella valutazione che tutti i giorni facciamo sulla veridicità di un’informazione. Ecco, quindi, che la competenza permane come uno degli aspetti centrali della fonte.

3.3.1 La crisi degli esperti

A questo punto diviene essenziale fermarci un’istante sulla domanda “Cosa si intende per esperto?” Secondo il vocabolario Treccani è una persona “*che ha esperienza, che conosce bene (...) che ha lunga pratica e abilità nella propria arte, o in genere, sicura conoscenza in qualcosa*” Si fa quindi riferimento ad una persona che possiede un certo grado di esperienza in un campo del sapere specifico. Come abbiamo visto nel primo capitolo già Berger e Luckman (1969) parlavano della specializzazione degli universi simbolici, sostenendo come a lungo andare, con l’aumentare della complessità sociale si verticalizzano e specializzano sempre più le conoscenze di modo che l’esperienza contenuta dalla conoscenza sia sempre più mediata. La mediazione avviene appunto, dagli esperti, che si collocano al vertice di questa piramide della conoscenza, e assolvono il ruolo di mediatori della conoscenza accumulata in loro possesso. Questa tendenza moderna si affianca alla tendenza sociale attuale di incentrarsi sull’immediatezza, su una necessità di possedere tutto e subito. Siamo oramai abituati ad accedere a qualsiasi tipologia di conoscenza nell’immediato senza mediazioni, come scrive Jonathan Rauch (2022) i media digitali hanno invertito la marcia della scienza liberale, utilizzando incentivi opposti:

¹¹⁶ Il concetto è stato discusso nel secondo capitolo, nelle caratteristiche di sistema uno e due.

“invece di rallentare il processo di diffusione delle informazioni attraverso la loro verifica e validazione, i media digitali premiano le reazioni istantanee e impulsive”

Ciò pone in forte crisi il modello di riferimento di affidabilità basata sull'esperto, dato che non vi è il tempo e la volontà di comprendere determinati fenomeni con un certo grado di impegno cognitivo. Ciò però non è sufficiente a spiegare la mancanza di fiducia negli esperti. Per comprendere meglio come il legame tra pubblico ed esperti sia rimasto fino ad oggi pressoché stabile Mauro Dorato (2020) si spinge a considerare come in primo luogo, l'affidabilità all'esperto era di tipo applicativo, nel senso che ci affidava, e ci si affida tutt'ora alle innovazioni scientifiche senza che ne siamo propriamente consci, lo diamo per scontato. Il secondo aspetto riguarda invece il consenso unanime, come abbiamo visto nel capitolo precedente, saremmo indotti a ritenere più veritiero un fatto che molti ritengono vero, senza avere le conoscenze adatte per comprenderne la veridicità. La mancanza di consenso genera invece scetticismo, generando non tanto una volontà di controllo ma di totale allontanamento. Come scrive Dorato:

“In una parola, da un punto di vista psicologico il consenso genera fiducia cognitiva in tutti gli esseri umani e quindi anche nei non specialisti. Nel caso della scienza, tale fiducia è razionale perché il consenso che caratterizza le comunità scientifiche è raggiunto attraverso un controllo severo delle teorie, il che giustifica la tesi che la conoscenza scientifica fornisca conoscenza valida per tutti e quindi anche per i non esperti. È proprio su questa comprensibile tendenza psicologica all'eliminazione del dubbio che fanno leva i meccanismi di disinformazione che vogliono creare artatamente un dubbio o diffondere credenze false”¹¹⁷

Un ultimo fattore, il “realismo scientifico”, ovvero quella convinzione diffusa che esista dentro di noi e al di fuori una realtà indipendente, non controllabile, alla quale la scienza è chiamata a tentare di dare una spiegazione. Sebbene questi tre aspetti rilevati, ve ne sono altrettanti che spingono, nel mondo di oggi ad una ritrattazione tra coloro che rappresentano gli esperti e il grande pubblico. Il primo fattore l'autore lo descrive coniando il termine “venditori di fumo”. La tendenza moderna, scrive Dorato, è quella di assimilare nello stesso Talk show, esponenti di spicco della scienza, e altri personaggi, definiti appunto, venditori di fumo che, sebbene possiedano una conoscenza più elevata rispetto al grande pubblico sulla tematica scientifica oggetto di dibattito, non possono essere assunti come esperti.

¹¹⁷ Dorato Mauro. (2020). *Disinformazione scientifica e democrazia. La competenza dell'esperto e l'autonomia del cittadino*. Raffaello Cortina. Milano p 72

“Tra l’altro, considerando che in Italia giornali e libri vengono letti sempre meno, in televisione la parlantina più efficace del venditore di fumo può far la differenza cosicché la sua tesi, contraria alla scienza ufficiale, ottiene molto più ascolto di quanto meriterebbe. Ovvero, si genera un disaccordo che in condizioni di maggiore informazione scientifica non si sarebbe verificato”¹¹⁸

Un esempio concreto che possa avvalorare quanto fino ad ora affermato, è il caso del “metodo Di Bella”, una tecnica alternativa per la cura del cancro che non aveva nessuna base scientifica, o al caso Stamina che secondo Vannoni l’utilizzo di questa tecnica avrebbe potuto portare alla cura di molte malattie. Sebbene screditata dalla comunità scientifica, la teoria ebbe eco in numerose trasmissioni televisive. Talvolta invece, il confronto è portato tra gruppi di sedicenti esperti, ma che solamente una di queste due fazioni può essere veramente esperta sulla materia di dibattito. In ultima istanza invece, riguarda la disonestà di alcuni scienziati nel difendere ipotesi non ancora sufficientemente studiate, traslando la volontà di ricerca della verità, ad un fine più personale ed opportunistico (Dorato, 2020).

Bisogna inoltre aggiungere le considerazioni di (Rubinelli, Diviani, Fiordelli, 2020), che considerano rilevante anche l’aspetto tecnico/stilistico dell’azione comunicativa dell’esperto. Ad oggi, infatti, si assiste alla totale o quasi incapacità del mondo scientifico di adottare un linguaggio o uno stile comunicativo più consono alle moderne forme d’interazione via social. È da considerarsi, che ad ostacolare il processo comunicativo in seno all’esperto, vi è l’impossibilità di trasmettere nell’immediato conoscenze che sono frutto di enormi sedimentazioni passate¹¹⁹. Se pensiamo ad esempio alla comunicazione su alcuni temi scientifici, constatiamo come innanzitutto le pubblicazioni in questione non sono di così semplice reperimento, per giunta vi è da considerare il linguaggio adottato che non è di certo a misura del cittadino medio. Come affermano gli autori

“Questa mancanza di trasparenza e chiarezza non solo rende difficoltosa la diffusione della conoscenza, ma contribuisce anche alle diffusioni di teorie del complotto e di una crescente sfiducia generalizzata nei confronti degli esperti come categoria. Infine, rende gli esperti sempre più distanti

¹¹⁸ Dorato Mauro. (2020). *Disinformazione scientifica e democrazia. La competenza dell’esperto e l’autonomia del cittadino*. Raffaello Cortina. Milano pp 77-78

¹¹⁹ Questo non è del tutto vero, perché da qualche anno stiamo assistendo ad utilizzo delle piattaforme social in maniera virtuosa, con divulgatori che hanno adottato delle buone prassi etiche sulla comunicazione, riportando chiaramente le fonti della propria divulgazione. Inoltre, sebbene con lentezza, alcune istituzioni ed istituti hanno aperto canali d’informazione nelle piattaforme social, al fine di orientare gli utenti verso un consumo informativo più responsabile.

dal cittadino medio che, al contrario, è alla ricerca del confronto con persone che ritiene suoi simili.”¹²⁰

Con l'avvento dei nuovi social media, si è aperta la possibilità di dare a chiunque la possibilità di esprimersi liberamente, condividendo le proprie idee e i propri punti di vista con un pubblico potenzialmente illimitato. Con essi vanno a modificarsi gli elementi che danno valore di verità ad un'informazione. Innanzi tutto, l'aspetto della competenza perde il suo carattere di necessità per esprimere una determinata opinione, e ciò perché essi sono focalizzati sull'attrattività lasciando poco spazio e poco tempo per la dimostrazione della propria competenza. Basti pensare al limite di 280 caratteri per un tweet di tweeter o la comunicazione per immagini di Instagram. Né è dello stesso avviso anche Tom Nichols, che nel suo libro *“La conoscenza e i suoi nemici: l'era dell'incompetenza e i rischi per la democrazia”* scrive:

“internet ha accelerato il crollo della comunicazione tra esperti e profani offrendo un'apparente scorciatoia per l'erudizione. La Rete consente alla gente di imitare la preparazione intellettuale crogiolandosi in un'illusione di competenza offerta da un rifornimento infinito di fatti. Ma i fatti, come sanno gli esperti, sono cosa diversa dal sapere o dal saper fare. E su internet i fatti a volte non sono nemmeno tali. Nelle varie contese delle campagne contro il sapere costituito, internet è come l'artiglieria di supporto: un bombardamento costante di informazioni random, sconnesse, che piovono addosso allo stesso modo agli esperti e ai cittadini comuni, assordando tutti noi e facendo saltare in aria qualsiasi tentativo di discussione ragionevole”¹²¹

Nigris (2021), inserisce un ulteriore elemento da prendere in considerazione al riguardo, ovvero la fallacia del *diritto alla propria opinione*, sostenendo come nel dibattito pubblico moderno, sia caratterizzato, proprio per le dinamiche sopra descritte, da affermazioni prive di fonti a supporto o se presenti, prive di attendibilità, vi è infatti, l'utilizzo di fallacie argomentative, e nel momento in cui le cose si fanno complesse assurgendo al *“Io ho diritto alla mia opinione. E tu devi rispettarla”*.

Ciò ovviamente non può che essere una considerazione priva di senso se non contestualizzata e utilizzata come scudo ad una intenzionalità malevola. Nigris infatti afferma:

“Gli eguali diritti comunicativi tra parlanti sono: il mutuo rispetto, attesa del proprio turno di parola, rinuncia ad argomenti capziosi, dovere di farsi comprendere al meglio delle proprie capacità

¹²⁰ Rubinelli Sara, Diviani Nicola, Fiordelli Maddalena. (2020). *Pensiero critico e disinformazione. Un problema contemporaneo*. Carrocci. Roma p 76

¹²¹ Nichols Tom. (2018). *La conoscenza e i suoi nemici. L'era dell'incompetenza e i rischi per la democrazia*. Luiss. Roma p76

*espressive... Ma non riguardano certamente i punti di partenza epistemici, quando a discutere dell'oggetto sono uno specialista e un non specialista. E nemmeno se tra due non specialisti uno dei due poggia le sue affermazioni su dati affidabili o fatti dimostrabili, e l'altro su mere sensazioni personali. Affermare il "diritto alla propria opinione" equivale invece a sostenere che si è tutti eguali in tutto."*¹²²

Con l'avvento della rete, tale principio viene utilizzato continuamente, in modo da creare una difesa argomentativa, che, per quanto scarna e priva di buon senso, possiede la sua efficacia. Anzi talvolta rende il divulgatore irresponsabile, paladino della difesa ad una sedicente libertà di parola irresponsabile.

Nelle tali piattaforme digitali, per il pubblico diviene quindi difficile, indagare circa la competenza della fonte. Ciò può indurre quindi, a fare affidamento ad altri elementi legati alla competenza, come potrebbe essere la capacità nell'utilizzo delle piattaforme digitali, e nel creare attrattività nei contenuti, generando, attraverso *l'halo effect*, una conferma circa la bontà delle competenze possedute dalla fonte. Nel caso di Instagram, chi possiede un *account* ben fatto con *stories* accattivanti e una buona quantità di *reels* e *post*, l'utilizzo di sondaggi e il sistema di domande, può indurci a pensare che effettivamente il produttore di informazioni possieda competenze specifiche. Per quanto riguarda l'affidabilità un ulteriore elemento da prendere in considerazione è l'aspetto dell'ubiquità concessa dai nuovi media (Rubinelli, Diviani, Fiordelli, 2020), ovvero entrare nella vita personale della fonte attraverso comunicazioni informali, *stories* sulla quotidianità, cosa questa impensabile nel mondo tradizionale dell'esperto, ove le comunicazioni sono sempre iscritte in un contesto formale. Tale tipologia di interazione, senza filtri permette un senso di familiarità con la fonte. Tenderemo a percepirla quindi come, una di noi. Per concludere l'ultimo aspetto, ovvero quello dell'attrattività come precedentemente affermato, i social media permettono l'utilizzo di strumenti per rendere più accattivante l'interazione, dall'utilizzo massivo di immagini, a filtri che permettono di rendere più estetico il comunicatore, o la possibilità di rendere in generale la piattaforma utilizzata più appetibile ai suoi consumatori. In conclusione, riporto un piccolo passo di Nichols che riassume sinteticamente quanto fino ad ora affermato:

"Per gli utenti l'anonimato dei social media è una tentazione a discutere come se tutti i partecipanti fossero uguali, un gruppo di pari che parte dallo stesso livello di formazione e istruzione. È un ruolo che pochissimi rivestirebbero nella vita reale, ma su internet il narcisismo intellettuale del

¹²² Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Bonanno editore. Roma. p 88-89

commentatore random soppianta le norme che solitamente governano le interazioni faccia a faccia. Questa strana combinazione di distanza e intimità avvelena le conversazioni. Le discussioni ragionevoli richiedono che i partecipanti siano onesti e bene intenzionati. La vicinanza reale contribuisce a costruire fiducia e comprensione. Non siamo soltanto cervelli in una vasca intenti a elaborare brandelli disparati di dati; ascoltiamo un'altra persona affidandoci anche a una serie di indizi visivi e uditivi, non soltanto osservando le sue parole che ci scorrono davanti agli occhi. Gli insegnanti, soprattutto, sanno che lo stesso materiale, presentato a distanza o su uno schermo, ha un impatto diverso dall'interazione personale con uno studente che può rivolgere domande, aggrottare la fronte perplesso o avere un'espressione di improvvisa illuminazione. La distanza e l'anonimato eliminano la pazienza e le presunzioni di benevolenza. L'accesso rapido alle informazioni e la capacità di parlare senza dover ascoltare, insieme al "coraggio da tastiera" che permette alle persone di dirsi delle cose nell'ambiente elettronico che non si direbbero mai di persona, stronca la conversazione. Il giornalista Andrew Sullivan ha osservato che in parte la causa è che nulla su internet è definitivo, e quindi ciascun partecipante a un dibattito esige di essere preso sul serio quanto gli altri: E ciò che alimenta più di ogni altra cosa questo processo è proprio quello che i padri fondatori temevano nella cultura democratica: il sentimento, l'emozione e il narcisismo, anziché la ragione, l'empirismo e il senso civico. I dibattiti online diventano personali, emotivi e irrisolvibili praticamente fin dall'inizio. Sì, ogni tanto si aggira qua e là qualche affermazione razionale, ma sono diminuiti sensibilmente gli arbitri appartenenti all'élite che decretano quale di queste affermazioni sia vera o valida o pertinente.”¹²³

Un interessante studio del Media Lab del Massachusetts institute of Technology ha confrontato la velocità di diffusione delle notizie vere rispetto a quelle false¹²⁴. Si considerò come le notizie vere avessero una diffusione sei volte inferiori rispetto a quelle false, possedendo un impatto minore. Notizie non veritiere avevano il 70% di probabilità in più di essere condivise su Twitter. I ricercatori hanno supposto che la sproporzione esistente nelle due tipologie fosse determinato dalla tendenza di quelle false, ad adottare uno stile comunicativo sensazionalistico ed emotivo. A confermare quanto supposero vi fu lo studio¹²⁵ del 2017 condotto dal dipartimento di psicologia dell'università di New

¹²³ Nichols Tom. (2018) *La conoscenza e i suoi nemici. L'era dell'incompetenza e i rischi per la democrazia*. Luiss. Roma p136

¹²⁴ Soroush Vosoughi, Deb Roy, and Sinan Aral, "The Spread of True and False News Online," *Science*, March 9, 2018.

¹²⁵ Brady William, Wills Julian, Jost John, Tucker A. Joshua, and Jay J. Van Bavel, "Emotion Shapes the Diffusion of Moralized Content in Social Networks," *PNAS (Proceedings of the National Academy of Sciences)*, June 26, 2017

York, che evidenziò come l'utilizzo anche solo di un singolo termine a carattere emozionale in una notizia, aumentava la diffusione della stessa nei post di Twitter del 20%.

3.4 VERITA' E MENZOGNA DELL'INFORMAZIONE

Che cos'è dunque la verità? Un mobile esercito di metafore, metonimie, antropomorfismi, in breve una somma di relazioni umane che sono state potenziate poeticamente e retoricamente, che sono state trasferite e abbellite, e che dopo un lungo uso sembrano a un popolo solide, canoniche e vincolanti: le verità sono illusioni di cui si è dimenticata la natura illusoria, sono metafore che si sono logorate e hanno perduto ogni forza sensibile, sono monete la cui immagine si è consumata e che vengono prese in considerazione soltanto come metallo, non più come monete.¹²⁶

Seguendo le riflessioni di Thomas Rid, possiamo constatare come il concetto di verità sia stato messo fortemente in crisi già nell'immediato decennio successivo alla Seconda guerra mondiale, dove due visioni si scontrarono, da un lato un approccio positivista e analitico che considerava come vero ciò che può essere considerato obiettivo e accurato, quando è sostenuto dai fatti ed è verificabile attraverso dati ed esperimenti. Tale tipologia di approccio vede nella politica la capacità di mutare sulla base della fondatezza dei dati, e considerare un suo mutamento sulla base di fattualità come una virtù da perseguire e non come una debolezza da condannare. L'osservazione dei fatti in senso critico e scientifico pone le basi per generare "ponti che possano unire vedute contrastanti" (Rid, 2022). All'opposto il concetto di verità può essere individuato nell'idea di giustizia, ovvero considerare il vero solamente in quanto sensato per una determinata comunità di valori.

"Questa verità non viene testata in laboratorio, ma predicata da un pulpito, il suo stile è caldo appassionato ed emotivo, non freddo, distaccato e razionale, per essa cambiare posizione è un segno di debolezza. Questa verità tende a confermare e ribadire vedute storiche, e a dividere le persone in tribù e comunità."¹²⁷

¹²⁶ Nietzsche Friedrich. (2016). *Su verità e menzogna in senso extra morale*. Adelphi. Milano p 10

¹²⁷ Rid Thomas. (2022). *Misure Attive. Storia segreta della disinformazione*. Luiss. Roma p 422

Ovviamente, come ammette l'autore, tale generalizzazione appare fin troppo semplicistica, sebbene però, può permetterci di considerare come a livello generale sia stato il secondo approccio ad avere uno sviluppo generalizzato nell'attualità, e a generare un terreno fertile al fenomeno della disinformazione. Se come abbiamo detto quindi, a prevalere è il secondo approccio alla verità dovremmo considerare come questo sia sostanzialmente connesso all'identità, come scrivono Arielli e Bottazini¹²⁸

“la veridicità delle informazioni si sposta in secondo piano o, meglio, diventa anch'esso funzionale a questo lavoro di costruzione del sé e dell'ambiente informazionale circostante. Si determina, cioè, uno stretto rapporto tra identità e verità: la prima determina la seconda sia in entrata (a cosa presto attenzione e accetto come vero), sia in uscita (cosa trasmetto e condivido). Coltivare la verità diffondendola è un modo per esercitare il controllo sull'ambiente epistemologico più favorevole alla mia identità. Questo spiga come nel chiuso delle camere dell'eco le persone comunicano esclusivamente per sostenere la propria posizione ideologica o culturale; in questi casi non avviene un dibattito o un confronto, ma solo la costante conferma delle proprie convinzioni. La verità non è un obiettivo da raggiungere con spirito critico e costante messa in discussione delle proprie idee, ma strumento di rafforzamento della propria identità di gruppo. Così come gli organismi modificano il loro ambiente fisico, adattandolo ai propri vantaggi, allo stesso modo interveniamo sul nostro ambiente cognitivo. In questo senso la persona coltiva l'ecosistema delle menti altrui in vista di una trasformazione dell'ambiente cognitivo ed emozionale del gruppo sociale di cui è parte. Una coltivazione che ha come obiettivo implicito quello di creare un ambiente favorevole a sé, che lo fortifica e lo valorizza. Si delinea di conseguenza una dialettica tra identità e controllo, tra costruzione della propria immagine e gestione dei flussi di informazione sia acquisiti che trasmessi.”

La nostra mente non è volta alla ricerca della verità o, meglio, non lo è fintanto che essa non divenga un elemento essenziale alla nostra sopravvivenza. Non è un caso, infatti, che al mero conformismo e alla superstizione attraverso l'illuminismo si sia cominciato a praticare il pensiero critico e autonomo molto più vantaggiosi alla dimensione sociale nascente (Arielli & Bottazini 2018). Ci sono casi in cui l'autoinganno invece, è funzionale al conseguimento dei propri obiettivi. La verità, quindi, è sottoposta alla forza dell'identità, delle visioni del mondo e dell'appartenenza alla propria fazione.

Dan M. Kahan (2007)¹²⁹ conferma come la verità, ovvero prove ed evidenze, non modificano le opinioni e le divergenze che vengono a crearsi se le persone hanno delle convinzioni fortemente

¹²⁸ Arielli Emanuele, Bottazini Paolo. (2018) *Idee Virali. Perché i pensieri si diffondono*. Mulino. Bologna p55

¹²⁹ Kahan, D. Braman, D., Gastil, J. Slovic, P. e Mertz, C.K. *Culture and Identity-Protective Cognition: Explaining the White-Male Effect in Risk Perception*, in *Journal of empirical legal studies* 4, 2007, pp 465-505

ideologiche. L'esperimento prevedeva l'assegnazione ad alcuni soggetti di articoli scientifici d'analizzare. Se l'articolo in questione conteneva informazioni "neutre" come nel caso della descrizione di efficacia di un farmaco le persone dimostravano un'ottima capacità di analisi traendone le giuste conclusioni. Se invece l'articolo scientifico era "meno neutrale", cioè, s'inscriveva in temi delicati e oggetto di contesa (come il riscaldamento globale) le loro risposte mostravano la tendenza a negare l'evidenza di alcuni dati nella misura in cui essi erano contrari alle proprie convinzioni. L'autore a definito ciò protezione dell'identità, cioè è evolucionisticamente più conveniente seguire le convinzioni del proprio gruppo di riferimento e eviteremo o rifiuteremo informazioni che convalidano opinioni posseduto dal gruppo antagonista. Ciò risulta inquietante se rapportiamo quanto descritto finora al dibattito sulle fake news dato che rivelerebbero il carattere fortemente opportunistico dell'essere umano. Se infatti le notizie false si diffondono è perché esse trovano un terreno fertile in un pubblico disposto a crederci (Quattrococchi & Vicini, 2016).

*“Dunque, non bisogna credere che sia l'informazione falsa a ingannare le persone e a spingerle verso posizioni ideologiche polarizzate e antagoniste. Piuttosto sono le preesistenti prese di posizione a portare gli individui a “scegliere” le informazioni che risultano coerenti con esse. La disponibilità del sapere postmoderno di versioni della realtà alternative è approdata nel quotidiano, con il consumo e la condivisione di informazioni ritagliate opportunisticamente sulle proprie esigenze. La verità invece di essere l'obiettivo del dialogo e dello scambio di informazioni, viene presa in ostaggio da principi di appartenenza tribale: ciò che conferma la propria visione del mondo è per questo motivo vero.”*¹³⁰

Siamo nell'era della c.d. *Post Truth*, ovvero la condizione moderna in cui la verità non ha più un valore intrinseco nel dibattito pubblico. L'università di Oxford nel 2016 ha deciso di porla come parola dell'anno inserendola nell' *Oxford Dictionary*¹³¹, considerando come essa *“fa riferimento o indica circostanze in cui i fatti oggettivi hanno minore influenza nella formazione dell'opinione pubblica del ricorso alle emozioni e alle credenze personali”*. In sostanza si tratta di una rinuncia volontaria all'osservazione dei fatti a favore delle proprie convinzioni personali. Potremmo forse considerare distopicamente un parallelismo fra la condizione attuale e quella descritta da George Orwell in 1984, ma sarebbe una considerazione troppo affrettata, dato che in Orwell il processo di occultamento del reale è ad opera di un tiranno, descrivendo una dinamica top-down. Credo che il riferimento letterario più opportuno sia da ricercare piuttosto in Aldous Huxley, dove la libertà viene

¹³⁰ Arielli Emanuele Bottazzi Paolo. (2018) *Idee Virali: Perché si diffondono*. Il mulino. Bologna. p 62

¹³¹ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>

barattata docilmente con un benessere diffuso, riscontrando dunque il consenso del singolo, un processo all'opposto di tipo bottom-up.

Per Anna Maria Lorusso autrice del libro “Post verità: fra reality TV, social media e storytelling” il concetto non può essere esaurito in una semplice definizione, ma deve essere pensata *attraverso le pratiche discorsive che la producono, presuppongono e la moltiplicano*¹³². È un regime discorsivo che prepara il terreno fertile alla disinformazione. L'autrice in questione pone degli elementi chiave che descrivono il fenomeno. Innanzi tutto, afferma che essa non è un fenomeno nuovo o di cesura rispetto al passato, ma anzi, essa si accosta fin dall'origine dei media, in particolar modo nella tv, affermando come essa abbia accostato esperti e persone qualunque sullo stesso piano, attribuendo loro autorevolezza. Gli esempi a cui rimanda è ovviamente la figura di Donald Trump, che diviene famoso come conduttore di reality show, ma anche a Silvio Berlusconi, che deve moltissimo all'utilizzo delle televisioni. Lorusso considera inoltre come l'era della post-verità non nega la verità, non rappresenta la sua antitesi, ma la moltiplica e la privatizza. Si sono moltiplicati i c.d. produttori di verità, i quali rivendicano ciascuno una propria rappresentazione del reale, affermandosi attraverso una logica anti-elitista e affermando il proprio diritto di libertà di espressione. In sostanza adduce alle stesse considerazioni contenute nel precedente paragrafo tra Dorato e Nichols. Considera poi in terzo luogo, come l'opposizione vero/falso diviene difficilmente utilizzabile. In questo

*“panorama confusivo le verità non si scelgono sulla base della semplice corrispondenza ai fatti, ma la verità è essenzialmente materia di messa alla prova, non solo dall'informazione ma anche dalla fonte”*¹³³

L'uso linguistico di post verità dovrebbe essere ridimensionato, come sostenuto da Nigris, il termine insieme a quello di fake news vengono utilizzate in maniere eccessivamente ambigua e hanno connotazioni imprecise.

“Fake news e post-truth sono termini associate in quanto entrambi descrivono un disprezzo per la verità dei fatti. Come notato sopra, la sfida della politica della post-verità è la tendenza ad usare solo i fatti che supportano un punto di vista specifico, mentre si liquidano quelli che lo contestano. (...) Poiché la post-verità è associata al crescente scetticismo nelle società verso la scienza, il mondo accademico, il giornalismo, e altre voci che in precedenza erano considerate autorevoli, c'è un crescente pericolo di sviluppo di politiche che non tengono conto delle prove fattuali. Un caso degno di nota che ha avuto conseguenze negative è l'invasione dell'Iraq del 2003, quando è venuto alla

¹³² Lorusso Anna Maria (2018) *Post verità: fra reality TV, social media e storytelling*. Laterza. Roma p 10

¹³³ Lorusso Anna Maria (2018) *Post verità: fra reality TV, social media e storytelling*. Laterza. Roma p 14

luce che l'amministrazione Bush aveva manipolato prove scientifiche e di intelligence per giustificare un intervento militare. (...) La posta in gioco, quindi, non è necessariamente la sfida definitoria della post-verità e delle fake-news. Piuttosto ciò che è in gioco è il rischio che solo un insieme limitato di informazioni e prove sia considerato nel discorso politico e nello sviluppo delle politiche."¹³⁴

In conclusione, quindi, considerando quanto contenuto in tale capitolo e nel precedente, possiamo affermare come l'attualità dei fatti rappresenti un terreno fertile alla disinformazione e all'applicazione di tecniche di manipolazione informativa atte a destabilizzare e a sfiduciare governi ed istituzioni. L'occidente è in un'era di fragilità, le nuove tecnologie hanno ribaltato le logiche precedenti, comportando un grave rischio per tutte quelle caratteristiche che fanno dei regimi democratici dei sistemi virtuosi, dove la libertà di espressione e l'anti-elitismo sono espressioni di una maturità di pensiero e di spirito. Siamo stati colpiti nelle nostre virtù, lasciando un fianco scoperto e impreparato a chi deplora la libertà nel senso più ampio del termine.

¹³⁴ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Bonanno editore. Roma p 152

CAPITOLO 4

LA DISINFORMAZIONE

*La necessità dell'inganno scaturisce dalla natura stessa del potere. Il potere è la capacità di stabilire precedenze che possono essere economiche, sociali, militari o politiche. In effetti, il potere politico è la capacità assegnare precedenze tra queste altre forme di potere. Il potere si fonda sulla forza bruta, sulla minaccia della forza, sulla persuasione, l'autorità, il carisma, l'inganno o qualsiasi combinazione di queste componenti*¹³⁵

Edward L. Bernays divenne famoso a livello internazionale con il suo libro *“Propaganda. Della manipolazione dell'opinione pubblica in democrazia”*, da buon nipote del celebre Sigmund Freud, utilizzò i fondamenti della psicoanalisi, per sviluppare la propria teorizzazione della propaganda. Fu consigliere di moltissimi presidenti degli Stati Uniti, nonché consigliere di numerose realtà multinazionali come Lucky Strike, General Electric, General Motors ecc. (Pianiagua, 2022). La sua eccentrica e poliedrica figura diede inizio allo studio delle relazioni pubbliche sotto l'ottica di una scienza. Egli, infatti, riteneva che l'utilizzo dei principi psicoanalitici avrebbero potuto portare alla comprensione della mente collettiva rendendo così possibile la manipolazione scientifica della collettività. La sua idea di manipolazione non possedeva un'intenzionalità malevola di traviare la collettività verso finalità personalistiche o opportunistiche, bensì in un'ottica paternalista, ritenendo la “massa” semplicemente non sufficientemente in grado di autoregolarsi, riteneva quindi opportuno e necessario una certa “guida” che permettesse di limitare le derive pericolose a cui spesso la moltitudine incappa. Come scrive egli stesso all'inizio del suo primo capitolo “dare forma al Caos”:

“La manipolazione consapevole e intelligente, delle opinioni e delle abitudini delle masse svolge un ruolo importante in una società democratica, coloro i quali padroneggiano questo dispositivo sociale costituiscono un potere invisibile che dirige veramente il paese. Noi siamo in gran parte governati da uomini di cui ignoriamo tutto, ma che sono in grado di plasmare la nostra mentalità, orientare i nostri gusti, suggerirci cosa pensare. Questa è la logica conseguenza di come è organizzata la nostra

¹³⁵ Bowyer J. Burton. (1991). *La meravigliosa arte dell'inganno*. SugarCo. Milano. p 11

*società democratica basata sulla cooperazione del maggior numero di persone, necessaria affinché possiamo convivere in un mondo il cui funzionamento è ben oliato”*¹³⁶

In sostanza Bernays giustificava la volontà di venire manipolati a fine di bene, per un buon funzionamento della società. Per farlo studiò attentamente il pubblico, cercando di indagare quali fossero gli elementi che caratterizzassero l’opinione pubblica, da cosa è spinta, e su che basi essa si fonda, elaborando quindi in seguito una metodologia atta a fare breccia su questa. Egli morì nel 1995 e non poté vedere con i propri occhi il frutto delle sue ricerche o, meglio, l’evoluzione del suo pensiero. Ad oggi, infatti, nella comunicazione politica si è giunti a parlare di *microtargeting*, ovvero la possibilità di costituire dei messaggi altamente personalizzati al target al fine di ottenere consenso (Ambroso & Beulcke, 2019, Caciotto, 2019). Ciò è possibile all’utilizzo di strumenti che tracciano gli elementi di apprezzamento degli utenti online, passando attraverso la raccolta massiva di un’infinità di dati, Big Data. Tutto ciò è diventato possibile attraverso la rete, che ha modificato intrinsecamente il nostro modo di interagire e di relazionarci, nonché le basi con cui un’opinione si forma.

*“un intero ecosistema progettato per stimolare e manipolare la psiche umana, per invogliarci e persuaderci a cambiare cosa e come compriamo, votiamo, mangiamo o ci teniamo in forma, oppure che seguiamo, odiamo ammiriamo e adoriamo. Un ecosistema sfruttato da venditori e dai grandi marchi ai partiti politici e ai crackers, passando per troll di ogni genere e fautori della “cospiranoia”. Tutti desiderosi di cambiare il modo con cui pensiamo e agiamo, motivo per cui la loro influenza pervade ogni cosa.”*¹³⁷

Il panorama è dunque fortemente cambiato, Bernays non potrebbe nemmeno immaginare lo stato dell’arte attuale, e la raffinatezza con cui oggi la propaganda è arrivata a sussurrare nelle menti del pubblico. Il panorama odierno è dominato dalla Disinformazione un concetto, questo, sentito e ripetuto dalla definizione incerta e spesso oggetto di costanti aggiornamenti concettuali.

Nei capitoli precedenti ho analizzato sostanzialmente il modo con cui un individuo costituisce le proprie credenze, come esse siano spesso in contraddizione fra loro, ma, sebbene ciò, sono inserite comunque all’interno di un costrutto epistemico in modo tale da essere coerenti agli occhi dell’individuo che le accoglie. Inoltre, nel secondo capitolo e nel terzo si è indagato l’aspetto cognitivo e psicologico che guida il nostro processo decisionale, spesso indotto in errore proprio dalle

¹³⁶ Bernays L. Edward. (2008). *Propaganda. Della manipolazione dell’opinione pubblica in democrazia*. Fausto Lupetti. Bologna. p 25

¹³⁷ Paniagua Esther. (2022). *Error 404. Siete pronti per un mondo senza internet?* Einaudi. Torino. p 79

caratteristiche intrinseche del sistema stesso. Si sono poi posti ulteriori elementi riguardanti le caratteristiche delle informazioni in relazione ai suoi produttori e consumatori, nonché i meccanismi psicologici e identitari che assurgono al ruolo di protagonisti nei contesti di interazione di gruppo. Tutto ciò ha portato a concepire l'uomo non più come un attore razionale ma come un individuo ingenuo soggetto alle proprie fallacie e a quelle degli altri. Tutto ciò per condurci ora al reale funzionamento della disinformazione, che sfrutta queste caratteristiche, come un proprio terreno fertile, ove amplificare e rendere fortemente efficaci tali campagne.

Dovremmo però chiederci “cos'è la disinformazione?”, termine oramai presente in maniera costante nei dibattiti dell'opinione pubblica. Sempre più spesso si parla di tale concetto in un'ottica di timore, rapportandolo all'utilizzo moderno delle piattaforme digitali e al rischio per la tenuta dei sistemi democratici. Ma a cosa effettivamente si riferisce il termine e da dove deriva?

Probabilmente la sua origine storica e terminologica deve essere fatta risalire al termine “Dezinformacija” molto utilizzato durante la guerra fredda e indicante la stigmatizzazione da parte russa di tutte le attività dell'occidente che avevano la finalità di destabilizzare e allontanare il popolo dalla dottrina sovietica (Germani, 2016; Fontanin, 2020).

L'enciclopedia Treccani oggi la definisce come “La diffusione intenzionale di notizie o informazioni inesatte o distorte allo scopo di influenzare le azioni scelte di qualcuno”, mentre secondo la commissione europea “si tratta di un'informazione falsa o ingannevole in maniera verificabile, creata, presentata e diffusa con lo scopo di lucrare economicamente o di ingannare intenzionalmente il grande pubblico”¹³⁸.

Nigris (2021) sottolinea come spesso si comprenda all'interno del concetto, tre distinti concetti analitici. Innanzi tutto, dobbiamo distinguervi la *misinformazione*, corrispondente alla *diffusione di informazioni false dovuta a negligenza o a un errore in buona fede*. L'informazione falsa, corrispondente a *diffusione di informazioni fuorvianti diffuse per qualsiasi motivo, o in assenza di un motivo*. Infine, la *disinformazione vera e propria* costituita dalla *diffusione deliberata di informazioni false, condivise per una motivazione specifica*.¹³⁹

Nigris inoltre sottolinea come queste tre categorie siano perfettamente calzanti ai tre ambiti del triangolo epistemico precedentemente argomentato nel primo capitolo CRA. La *misinformazione* infatti, corrisponde all'ambito *verocognitivo*, ovvero il luogo dell'errore, ove l'attore viene meno ai

¹³⁸ Commissione Europea, Contrastare la disinformazione online, p. 4.

¹³⁹ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Bonanno editore. Roma pp 152-153

suoi doveri epistemici, condividendo un'informazione sbagliata. L'informazione falsa, invece, corrisponde all'ambito del *verofattuale*, luogo del falso, ove l'informazione che incontriamo è falsa ma comunque verosimile, ma ignoriamo totalmente le intenzionalità del soggetto che la condivide, o comunque, non siamo in grado di valutarla. Infine, la disinformazione corrisponde all'ambito *verologico*, ovvero il luogo della menzogna, ove il soggetto condivide qualcosa di falso con piena coscienza che ciò sia falso, rimandando a qualche particolare finalità

In sostanza, possiamo considerare la disinformazione come un elemento di potere e di lotta che viene utilizzato per i più disparati ambiti, come ad esempio nella politica interna, nella guerra, nel mondo dell'economia e della finanza. Può essere definita come la falsificazione intenzionale di dati e notizie con lo scopo di manipolare e influenzare le decisioni e le percezioni di un certo bersaglio. Talvolta viene utilizzata anche con lo scopo di indebolire la capacità cognitiva dell'avversario, diffondendo informazioni che generano confusione e incertezza. Come ha affermato Francois Gèrè, esperto di studi strategici:

*“se, secondo la formula di Francis Bacon del XVII secolo sapere e potere, la disinformazione, azione occulta di natura ostile, mira a provocare l'impotenza o l'indebolimento dell'avversario inferendo con le sue informazioni e disorientando le sue capacità decisionali, La disinformazione ha come risultato di accrescere il potere di chi se ne serve grazie alla diminuzione delle capacità di azione dell'avversario.”*¹⁴⁰

Oggi, nell'era della cyber power, il tema riveste una primaria attualità. La diffusione dei social, come già sostenuto, hanno accresciuto a dismisura gli strumenti per orientare l'opinione pubblica, facilitando sempre più le azioni manipolative. La rete, infatti, permette una diffusione massiccia e incontrollata di elementi informativi, aumentando esponenzialmente la vulnerabilità dei governi democratici.

Come sostiene Germani, la disinformazione è un argomento di primaria importanza nel pensiero politico strategico occidentale e orientale dall'antichità, basti infatti pensare a Sun Tzu, che vedeva la guerra basata intrinsecamente sull'inganno, o alle riflessioni di Platone sul ricorso alla “nobile menzogna” (Poggi & Castelfranchi 2003, Rauch 2022), o ancora, a Macchiavelli che sostiene l'uso politico della menzogna finalizzato al mantenimento del potere. Nella letteratura accademica britannica e statunitense sul tema si predilige l'utilizzo del termine *Deception* (Germani, 2016), che

¹⁴⁰ Gèrè François. (2011). *Dictionnaire de la Desinformation*. Armand Collin. Paris. Una parte del saggio di Gèrè è stato tradotto dal CESTUDEC www.centrostudistrategicarlodecristoforis.wordpress.com/2012/01/30/francoisgere-la-disinformazione/

si basa sostanzialmente sull'impegno della disinformazione nel campo diplomatico e militare. Secondo lo psicologo Paul Watzlawick, un'azione di questo genere mira *“ad indurre un avversario a pensare qualcosa di errato, a percepire una realtà sbagliata, e occorre avere estrema cura affinché egli non si renda conto in tempo utile delle sue premesse errate”*¹⁴¹ le menzogne normali della comunicazione vengono capovolte.

In sostanza l'obiettivo di chi pone in essere la disinformazione, è quello di distorcere il modo con cui il bersaglio percepisce la realtà, di indurlo ad una mis-perception, con la finalità di accreditarsi un vantaggio competitivo. Tali campagne divengono efficaci nella misura in cui si fondano sulla conoscenza approfondita del proprio target, e sullo sfruttare sagacemente le sue vulnerabilità psicologiche e rigidità cognitive, nonché la sua tendenza all'autoinganno.

In tempi di pace la disinformazione viene utilizzata come arma politica al fine di indurre uno stato X fare particolari concessioni ad uno stato Y, oppure alla promozione di fenomeni destabilizzanti. Il generale Mario Mori, nel suo research paper *“controinformazione: la protezione dei processi decisionali del sistema paese”* sintetizza le finalità delle campagne disinformative¹⁴²:

- confondere con dati e notizie false i decisori istituzionali di un paese,
- suscitare contenziosi fra stati amici,
- creare turbamenti nella pubblica opinione
- denigrare personalità e uomini politici ostili.

Come ha osservato Vittorfranco Pisani in un paper *“Terrorismo e disinformazione”*¹⁴³:

“essa rimane, particolarmente nell'attuale contesto storico caratterizzato da martellamenti mediatici, un mezzo alla portata di qualunque centro di interessi intento a raggiungere i propri scopi influenzando e sfruttando uno o più settori della compagine sociale”

¹⁴¹ Watzlawick Paul. (1976). *How Real is Real: Confusion, Disinformation, Communication*. Random House. New York. pp. 118-119.

¹⁴² Mori Mario, *“Controinformazione: la protezione dei processi decisionali del sistema-Paese”*, Research Paper dell'Istituto Gino Germani di Scienze Sociali e Studi Strategici, settembre 2016, p. 6. Il Gen. Mori sottolinea, inoltre, che i regimi autoritari sono avvantaggiati rispetto a quelli democratici nell'utilizzo della disinformazione come strumento di politica estera: *“La disinformazione si caratterizza per i tempi non brevi che richiede la sua corretta applicazione e la complessità della sua elaborazione, che può essere gestita solo da apparati in grado di svilupparla avendo il totale sostegno di organismi politici coesi e tali che possono contare su di una lunga permanenza al potere. In pratica: regimi dittatoriali”*

¹⁴³ Pisano Vittorfranco, *“Terrorismo e disinformazione”*, in Per Aspera ad Veritatem: Rivista di Intelligence e di Cultura Professionale, n. 21, settembre/dicembre 2001

Quest'arma viene utilizzata dagli attori più disparati, siano essi di compagine statale che non statale, come il caso dei Troll della Macedonia che hanno pesantemente influito sulle elezioni federali degli Stati Uniti nel 2016, o all'Ira russa¹⁴⁴. Germani, distingue due tipologie di azioni disinformative. Una finalizzata alla manipolazione della percezione di un target piuttosto ampio, quindi un target che comprende opinione pubblica, comunità internazionale o determinati settori della società. O operazioni occulte finalizzate ad ingannare le branche d'intelligence di un paese straniero, tentando di colpire i loro decision makers (Germani, 2016). A tale riguardo, mi occuperò solamente della prima di questa divisione concettuale proposta. Il materiale su cui fare ricerca è scarso, e ciò in virtù del tema estremamente complesso e delicato.

4.1 CENNI STORICI SULLA DISINFORMAZIONE

La classe che detiene gli strumenti della produzione materiale detiene per ciò stesso, al contempo, gli strumenti della produzione intellettuale, e così nel complesso risultano ad esse sottomesse le idee di quanti sono privi degli strumenti della produzione intellettuale.¹⁴⁵

Il fenomeno della disinformazione può apparirci come una manifestazione deviata e anarchica dell'utilizzo delle nuove piattaforme digitali, una storia recente frutto di qualche attivista o semplicemente soggetti isolati e frustrati. Sarebbe però un grosso errore considerarla in tal guisa, essa infatti non è un fenomeno né recente né frutto di qualche attore solitario che trae piacere nel generare conflittualità fra gruppi diversi, la disinformazione è un'arte, una professione, che ha radici all'inizio del secolo. Non è l'attività di qualche folle attivista, bensì di specialisti che attentamente fanno uso di tali strumenti al fine di conseguire obiettivi specifici. Essa è uno strumento di battaglia, un'arma sottile che si muove nell'ombra e instilla nelle menti e nelle opinioni il seme di ciò che in seguito diverrà una azione sociale manipolata. Ci appare un fenomeno nuovo, nascente, ed effettivamente è negli ultimi cinque anni che se ne sente parlare in maniera sempre più diffusa, eppure le sue radici sono lontane un secolo, lontane anche da qui.

¹⁴⁴ Nel prossimo paragrafo si parlerà più compiutamente di tali agenzie.

¹⁴⁵ Karl Marx, Engels Friedrich, (2011). *Ideologia Tedesca*. Bompiani. Milano p 391

La disinformazione era un concetto centrale agli inizi del 900 (Germani, 2017), essa infatti, per i sistemi totalitari era la linfa vitale per permettere di avere il controllo della popolazione da parte dei governanti. Durante la guerra Fredda come riporta Rid, la disinformazione diviene uno strumento centrale nell'attività del governo sovietico, non solo a livello interno ma anche come arma per la politica estera. Le misure attive incarnavano lo strumento pratico con cui si tentava di dilagare la disinformazione. Tale termine abbraccia più significati, che vanno dall'attività di influenza e guerra psicologica. Le campagne di *Dezinformacija* perseguivano alcuni obiettivi centrali:

- Diffondere fra le élite politiche ed economiche dei paesi esteri un'immagine tranquillizzante dell'unione sovietica, cercando di calmierare l'idea che essa potesse costituire una minaccia.
- Screditare attori ostili alla politica sovietica, sia essi come gruppi elitari sia individui particolari
- Generare conflitti e divisioni all'interno dell'alleanza atlantica
- Alimentare la conflittualità fra paesi occidentali e quelli considerati del "terzo mondo", proiettando un'immagine imperialista e colonizzatrice dell'occidente.
- Diffondere un certo livello di pessimismo diffuso, demoralizzando la parte avversaria sfiduciandone i governi e ponendo in luce le inottemperanze delle democrazie d'occidente.

Era il 1959 quando a San Pietroburgo fu istituito il dipartimento D "Dezinformacija" all'interno del primo direttorato del KGB, capeggiata dalla brillante e misteriosa figura di Ivan Agayants, pioniere delle tattiche di disinformazione dell'unione sovietica. Il dipartimento si occupava di ciò che veniva definito come Misure Attive, ovvero operazioni volte a destabilizzare il quadro politico istituzionale dell'occidente, nonché sovvertire l'opinione pubblica dei paesi nemici al fine di influenzarne la politica estera. Seguendo lo storico Thomas Rid¹⁴⁶, il dipartimento D rappresenta una fase evoluta e più delineata rispetto alle ancora non delineate operazioni della Čeka¹⁴⁷ nei primi anni Venti del secolo scorso.¹⁴⁸

Tornando alla figura del pioniere di queste operazioni destabilizzatrici esso può essere definito come riporta Riva¹⁴⁹, *non solo un militare ma a suo modo anche uno scienziato sociale*. Era un attento osservatore delle dinamiche sociali, in particolar modo nell'ultimo periodo prima della sua morte,

¹⁴⁶ Rid Thomas. (2022). *Misure Attive. Storia segreta della disinformazione*. Luiss. Roma

¹⁴⁷ Era un corpo di polizia politica sovietica, istituita nel 1917 e chiusa definitivamente nel 1922.

Rappresentò uno dei primi apparati di intelligence dell'Unione Sovietica.

¹⁴⁸ Per un'esaustiva disamina dello sviluppo storico dell'apparato disinformativo sovietico si veda Andrew Christopher, Gordievskij Oleg. (2018). *La storia segreta del KGB. Gli uomini e le operazioni dei più temuti servizi segreti al mondo*. Bur. Milano.

¹⁴⁹ Riva Giuseppe. (2018). *Fake News*. Il mulino. Bologna

condusse importanti operazioni al fine di indurre l'idea di una rinascita antisemita e nazionalsocialista nella Germania dell'ovest, artefice infatti della famosa operazione svastica¹⁵⁰. Siamo ancora ben lontani dalle operazioni moderne ma in esse riscontriamo le stesse finalità delle moderne operazioni di disinformazione. A tal proposito Rid (2022) individua sostanzialmente quattro fasi dello sviluppo di tali pratiche. La prima ondata può essere fatta coincidere negli anni tra le due grandi guerre, nel corso della grande depressione, mentre il giornalismo diventava sempre più rapido e competitivo, grazie anche alla comparsa della radio, si trattava ancora di una fase embrionale della disinformazione, si trattava di operazioni "innovative, eversive, contorte e ancora anonime" (Rid, 2022).

La seconda ondata invece, potrebbe essere collocata alla fine della Seconda guerra mondiale, periodo in cui vi è la professionalizzazione della disinformazione e la nascita di vere e proprie agenzie deputate a tale arte. Come riporta l'autore, la CIA cominciò a denominare tali pratiche come political Warfare, caratterizzate da operazioni aggressive e mirate volte a esacerbare conflitti e divisioni in seno all'avversario. Il blocco orientale, probabilmente in maniera più onesta continuò invece a chiamare tali operazioni con il termine disinformazione. Ad ogni modo, nonostante gli appellativi diversi gli obiettivi erano comuni ovvero utilizzare verità e bugie in un mix finalizzato a destabilizzare il nemico. È a partire degli anni 70 che ha inizio la terza ondata con un'ulteriore professionalizzazione della stessa, gestita a livello globale da una raffinata macchina burocratica, le operazioni cominciano a prendere il nome di "Misure Attive" nel blocco orientale. La quarta ondata invece è cresciuta molto più lentamente arrivando agli inizi degli anni Dieci dell'ultimo millennio, attraverso l'ingresso delle nuove tecnologie che hanno dato un nuovo slancio a tali operazioni e modificandone formalmente le loro vesti, potenziando le loro capacità. Nelle parole di Rid:

“la vecchia arte dell'influenza psicologica -basata su strategie lente, competenze tecniche, fatiche e lavoro corpo a corpo- è diventata rapida, improvvisa, incoerente e a distanza. Le misure non sono

¹⁵⁰ L'operazione fu lanciata nella notte di Natale del 1959 a Colonia dove nella sinagoga appena inaugurata da Konrad Adenauer comparvero scritte antisemite, in poco tempo in moltissime città tedesche comparvero frasi di odio e in poco tempo per tutta Europa vi fu ondata di apparente antisemitismo. Il ricordo dell'olocausto era fortemente vivido nella memoria di tutti gli europei e azioni di questo tipo riaccendevano dubbi e spaccature all'interno dell'opinione pubblica. Nelle Parole di Ridd "il recente passato nazista della Germania era una ferita ancora aperta che offriva una grossa opportunità: dipingendo una Repubblica Federale piena zeppa di neonazisti, i sovietici potevano indebolire Bonn, allontanarla dai suoi alleati e dalle autorità occupanti francese, britannica e americana, rinviare o evitare il riarmo tedesco, paralizzare il dibattito politico e creare una spaccatura all'interno della Nato" (p 134) Per approfondire l'operazione consultare Rid Thomas. (2022). Misure Attive. Storia segreta della disinformazione. Luiss. Roma pp 127-136

*solo più attive che mai, ma sono anche molto meno misurate, al punto da mettere in discussione l'espressione stessa. Per sopravvivere alla nostra era di sotterfugi organizzati e professionali dobbiamo rifarci alla storia passata. La posta in gioco è enorme, visto che la disinformazione erode la base della democrazia liberale: la nostra capacità di valutare i fatti e di comportarci di conseguenza.”*¹⁵¹

Tali operazioni nascono dalle teorizzazioni di Lenin di inizio secolo nel suo Pamphlet *Che Fare?*¹⁵²

“Abbiamo le forze a sufficienza per smuovere e colpire con la nostra propaganda tutte le classi della popolazione?” -scrive Lenin rispondendosi- è ovvio. Per mobilitare le masse in sostanza, prevedeva la mobilitazione delle masse, sfruttando ogni singola scintilla di malcontento e ogni inizio di protesta. Uno stratagemma per diffondere l'agitazione è quella di rivelare quanto i potenti cercano di tenere nascosto. “Le rivelazioni politiche sono dichiarazioni di guerra al governo proprio come le rivelazioni economiche sono una dichiarazione di guerra ai padroni” – Sostanzialmente Lenin prevedeva un piano radicale per venire a conoscenza dei meccanismi interni delle classi all'interno degli altri paesi, mostrando il vero volto della tirannia capitalista, al fine di far prendere coscienza alle masse della loro condizione di oppressi.

*“Le rivelazioni politiche in sé sono un potente strumento per disintegrare il sistema al quale ci opponiamo, un mezzo per allontanare dal nemico i suoi alleati superficiali o temporanei, e diffondere dissapori tra chi condivide in modo permanente il potere con l'autocrazia”.*¹⁵³

Gli insegnamenti di Lenin sono stati fatti propri da quello che divenne il successore di Agayants, ovvero Vladimir Ivanov, il nuovo direttore del neoriformato dipartimento D, divenuto a metà degli anni Sessanta Dipartimento A (Rid, 2022). Nella conferenza da lui tenuta a Sofia con il titolo “L'arte di progettare, sviluppare e implementare le AM”, riportata dallo storico Thomas Rid nel suo libro precedentemente citato, affermava:

“Le AM sono un'arma molto efficace ma anche molto specifica e delicata a disposizione dell'intelligence. Ogni azione delle AM è un'azione politica ben precisa, operare in quest'area tanto complessa è una delle forme di lotta politica segreta più brillanti. (...) Basandosi sull'analisi del materiale a loro disposizione, e facendosi aiutare se necessario da scienziati e specialisti, gli agenti

¹⁵¹ Rid Thomas (2022). *Misure Attive. Storia segreta della disinformazione*. Luiss. Roma pp

¹⁵² Vladimir Lenin (2004). *Che fare?* Editoriale Lotta Comunista. Milano pp 119 - 135

¹⁵³ Vladimir Lenin (2004). *Che fare?* Editoriale Lotta Comunista. Milano p 128

hanno il dovere di rintracciare focolai di crisi, insoddisfazioni, frizioni, contrasti, rivalità e scontri nel territorio nemico”

È nell'ultima ondata individuata da Rid che la disinformazione assume le vesti che oggi conosciamo. Il suo sviluppo non è stato rapido ma ha affiancato strettamente lo sviluppo di Internet, coinvolgendo non solamente la rete quale mezzo di diffusione o di accesso a determinati informazioni sensibili, ma anche come nuova arena digitale entro cui le idee e le opinioni vengono veicolate. Inizialmente, nella prima parte dello sviluppo di Internet le agenzie di disinformazione hanno cominciato a muoversi parallelamente alla cultura dell'Hacking e del leaking. Questi nuovi movimenti imbevuti della cultura hippies e dalle nuove tendenze suscitate dal movimento in Europa del 68 hanno spinto verso un'aperta avversità alle agenzie di intelligence governative, viste come le ombre del potere capitalista, volte a nascondere la verità e a sovvertire le libertà individuali. Essi incorporavano quel genere di sottocultura che viene definita come tecno-utopismo, cyberpunk, anarchismo libertario e ossessione per l'anonimato e per i sistemi criptati (Rid 2022). Vari gruppi, tra i più famosi vi era Anonymous. Altri come anni dopo Edward Snowden. Gran parte di tutta questa tensione idealistica era e rimane positiva, le loro idee infatti hanno spinto ad una maggiore volontà di trasparenza da parte dei governanti nei confronti dei governati. Sebbene ciò si preparò un terreno fertile per i professionisti della disinformazione, poiché potevano muoversi all'ombra di tali movimenti o di tali personaggi per agire in maniera del tutto indisturbata, manipolando a loro volta coloro che per definizione intendevano apportare ad una progressiva libertà di espressione e trasparenza. Esattamente quanto auspicato da Lenin, ovvero portare alla luce tutte quelle meccaniche perverse che avrebbero potuto screditare l'operato dei governanti sui governati, portando alla disaffezione dalle istituzioni, e minare il rapporto di fiducia esistente fra esse e i cittadini. È proprio da ciò il punto di partenza della nuova disinformazione per un paese che si dica liberale. Essa, infatti, va a minare quello che Rid (2022) sostiene essere l'ordine liberale epistemico e che Jonathan Rauch (2021)¹⁵⁴ nel suo libro, definisce la costituzione della conoscenza, nelle parole di Rid:

“le campagne di disinformazione su larga scala sono un attacco ad un ordine liberale epistemico, ovvero ad un sistema politico che ripone la propria fiducia nei fondamentali custodi dell'autorità fattuale. Queste istituzioni, sistema giuridico, polizia, amministrazione pubblica, scienza empirica, giornalismo investigativo, agenzie di intelligence, controllate democraticamente privilegiano i fatti alle sensazioni, le prove alle emozioni, l'osservazione alle opinioni. Incarnano un ordine epistemico aperto, e non possono esistere le une senza le altre, ad esempio, un passaggio di potere pacifico dopo

¹⁵⁴Rauch Jonathan. (2021). *La costituzione della conoscenza. In difesa della verità*. Castelvecchi. Roma

un voto contestato richiede fiducia nelle organizzazioni e nell'infrastruttura delle elezioni, nelle procedure di spoglio e nel lavoro della stampa il tutto in una fase di grande incertezza e di fragilità politica. Le misure attive erodono tale ordine, e lo fanno lentamente, come ghiaccio che si scioglie. Questa lentezza rende la disinformazione ancora più insidiosa, perché una volta erosa l'autorità dei fatti, le emozioni, possono colmare il vuoto restante. Quando diviene più difficile distinguere i fatti dalle bugie diventa più facile confondere gli amici con i nemici. Il confine fra fatti e bugie è il proseguimento fra pace e guerra, a livello sia interno che internazionale. Le operazioni di disinformazione erodono le fondamenta stesse delle società aperte, non solo per chi ne è vittima ma anche per chi ne è artefice. Quando enormi sistemi burocratici segreti operano sistematicamente per disinformare, su larga scala, e per molto tempo, ottimizzano la propria intera cultura organizzativa per raggiungere il proprio scopo, minando la legittimità della pubblica amministrazione del proprio paese. È possibile capire lo stato di salute delle istituzioni repubblicane di un paese osservando l'approccio della società alle misure attive. In particolare, nelle democrazie liberali, la disinformazione rappresenta una doppia minaccia, subire misure attive mina le istituzioni democratiche proprio come cedere alla tentazione di impiegarle. È impossibile che disinformazione e democrazia prosperino contemporaneamente. Più un corpo politico è forte, più resiste alla disinformazione, ed esita ad utilizzarla e ad impiegarla. Le democrazie più deboli, invece, cedono più facilmente alla tentazione delle misure attive.”¹⁵⁵

4.1.1 IRA, Internet Research Agency

Con l'ultima ondata di misure attive è doveroso soffermarsi su quella che molti definiscono come “*la fabbrica dei Troll*” (Rauch 2021, Ottaviani 2022, Rid 2021, Riva 2018). Fu istituita nel 2013 e aveva lo scopo di diffondere contenuti falsi online. Come riporta Rid, inizialmente le attività dell'agenzia erano alquanto grossolane, lasciando traccia del proprio operato come viene anche riportato in alcune notizie di quel periodo¹⁵⁶. È dal 2014 che l'agenzia cominciò a dottarsi di nuovi strumenti e ad ampliare il proprio raggio d'azione, diede vita infatti al progetto “traduttori” che aveva il compito di

¹⁵⁵ Rid Thomas (2022). *Misure Attive. Storia segreta della disinformazione*. Luiss. Roma pp 16-17

¹⁵⁶ Rapporto qui i link che Rid ha fornito Natalya Lvova, “Как у нас делается политика,” VK, August 29, 2013, 23:56, https://web.archive.org/web/20130915025953/http://vk.com/note458765_11765596.

Андрей Сошников, “Под Петербургом обнаружено логово троллей, которые клеймят Навального и хвалят русское кино,” Мой район, September 4, 2013.

occuparsi direttamente degli Stati Uniti. Il loro obiettivo era quello di diffondere la sfiducia nei candidati e nel sistema politico in generale.

In quel periodo, come riporta Rauch (2021), in America si diffuse un forte movimento anti-vaccinale, inoltre scoppiarono alcune notizie, in seguito riconosciute come false, che avevano aizzato l'opinione pubblica polarizzandola sui temi più disparati¹⁵⁷. Nel 2016, le tecniche dell'agenzia erano diventate più raffinate e sofisticate, fino a spingersi nell'ottobre di quell'anno a spingere gli elettori neri a disertare alle elezioni, soprattutto se questi erano intenzionati a votare i democratici (Rid 2021). La tecnica che utilizzarono fu la creazione di profili di persone di colore altamente credibili, che manifestamente dichiaravano il loro appoggio al partito democratico.

I soggetti promotori di queste campagne di disinformazione si avvalsero delle caratteristiche risorse delle piattaforme online, come per esempio i bot, meccanismi automatici che consentono la pubblicazione e la distribuzione di contenuti attraverso una platea di profili falsi. Un altro elemento sono i Troll, soggetti per lo più anonimi, che interagiscono nella rete cercando di aizzare i dibattiti e le discussioni. Le vicende sulle elezioni americane del 2016 forniscono un chiaro esempio di quanto affermato, denotando l'influenza della Russia nel processo elettivo americano. In quel contesto ad occuparsene fu appunto l'IRA che aveva come target l'elettorato americano nel periodo precedente alle elezioni, diffuse notizie false mirate. Il procuratore di stato degli Usa aprì un'inchiesta che prese il nome di Russian Gate, per comprendere le dinamiche e le implicazioni dei fenomeni disinformativi promossi dall'agenzia Russa. Durante le indagini furono sentiti anche i rappresentanti di Facebook Twitter e Google. Facebook nel 2017 individuò centinaia di account falsi finanziati e creati dall'ira mentre Twitter ha pubblicato tre milioni di Tweet di tremila account derivanti dalla stessa agenzia. Essi erano divisi in cinque categorie, e ognuna di questa aveva la propria modalità di azione e di relazione con gli utenti:

- *Right troll*, messaggi nativisti e populistici di destra a supporto del candidato Trump nei tre mesi precedenti alle elezioni presidenziali
- *Left troll*, messaggi divisi in attacco ai politici democratici, in particolare Hilary Clinton e il sostegno a Barnei Sander

¹⁵⁷ In tal senso faccio riferimento alla notizia della fuga di sostanze chimiche dallo stabilimento della Columbia Chemical Centerville in Louisiana o al fenomeno dei gamers dove insulti razzisti e sessisti avevano cominciato a dilagare nelle piattaforme di gaming, o ancora come a seguito di un'esercitazione militare si diffuse l'idea che dietro ad essa vi fosse Obama intenzionato ad eliminare i propri rivali politici. Per approfondire la questione, Rauch Jonathan. (2021). *La costituzione della conoscenza. In difesa della verità*. Castelvechi. Roma pp 187-193 e Barragán James, "Russians Spread Misinformation on Jade Helm Military Exercise in Texas, Former CIA Director Says," Dallas Morning News, May 3, 2018

- *New Feed*, aggregatori di notizie locali americane collegati per propugnare con insistenza argomenti di interesse locale, gli
- *Hashtag gamers*, con il solo compito di diffondere hashtag e frasi d'effetto,
- *Fearmonger* con lo scopo di diffondere notizie false e generalmente allarmismo fra gli utenti.

La strategia adottata dai russi fu di agire attraverso attacchi di defacement e takedown e l'impiego dell'esercito di troll, e di boot (Rauch 2021). I temi divisivi quali la questione razziale, l'immigrazione il cospirazionismo e il complottismo hanno fornito del materiale utile all'azione dei troll che attraverso essi, aizzavano e polarizzavano le parti.

Alcuni membri dell'agenzia hanno rilasciato delle interviste e il quadro che descrivono sembra avere dei rimandi nella realtà al celebre romanzo "1984" di Orwell, dove i lavoratori dovevano scrivere che il bianco è nero e il nero è bianco¹⁵⁸. Come riporta Rid (2022), la Rbc, una delle principali holding multimediali russe, che ha condotto un reportage d'inchiesta sulla famosa fabbrica dei Troll, tutto sarebbe iniziato con l'esperimento di offrire un hot dog gratuito ad un presunto evento a New York organizzato attraverso Facebook. Da delle telecamere piazzate nel punto preciso dell'evento gli astanti operatori dell'Ira sghignazzavano a veder persone qualunque guardarsi attorno alla ricerca del sedicente evento. Era il 2014 e da quel momento l'IRA comprese che da San Pietroburgo si potevano diffondere false credenze negli Stati Uniti ottenendo conseguenze sul piano reale.

Dall'autunno 2015 fino al giorno delle elezioni, gli hacker russi, hanno condotto una campagna mirata e diffusa contro obiettivi militari, accademici, mediatici, ottenendo informazioni compromettenti utilizzate in un successivo momento. Ottenuto l'accesso a e-mail e archivi sensibili hanno ottenuto i dati necessari a carpire l'opinione pubblica, ottenendo sufficienti informazioni tali da permettere una focalizzazione mirata sui temi più delicati, esacerbando le fratture politiche del sistema. Nella prima fase le azioni erano mirate a fornire narrazioni anti-Clinton che mescolavano verità a finzioni. L'obiettivo in questa prima fase era il voter disengagement, ovvero il tentativo di ridurre il numero di elettori del nemico, indebolendo il sostegno del candidato. La seconda fase ha coinciso con il pieno appoggio al candidato repubblicano Donald Trump. In ultima istanza è stato messo in atto un intenso attacco hacker contro il sistema elettorale statunitense, nel 2016, finalizzato al minare la fiducia degli americani nelle istituzioni democratiche, non si voleva dunque ottenere una vera e propria vittoria elettorale con l'attacco ma di sferrare un grosso colpo alla fiducia degli elettori verso le istituzioni, nel post-elezioni, indipendentemente l'esito elettorale.

¹⁵⁸ Troianovski Anton, "A Former Russian Troll Speaks: 'It Was Like Being in Orwell's World,'" The Washington Post, February 17, 2018.

4.2 STRUMENTI E AGENTI DELLA DISINFORMAZIONE

“Conoscendo gli altri e conoscendo se stessi, in cento battaglie non si correranno rischi; non conoscendo gli altri ma conoscendo se stessi, una volta si vincerà e una volta si perderà; non conoscendo né gli altri né se stessi, si sarà inevitabilmente in pericolo ad ogni scontro”¹⁵⁹

Partirò ponendo una prima classificazione degli strumenti della disinformazione riportando la classificazione concettuale riportata da Claire Wardle, coordinatrice della ricerca First Draft¹⁶⁰ che, su richiesta del Consiglio d'Europa, pone una prima chiara esemplificazione delle tecniche utilizzate nelle campagne di disinformazione¹⁶¹.

Come primo elemento l'autrice indaga il concetto di satira. Nel contesto italiano, la satira ha una definizione giuridica data dalla Corte di Cassazione (sez1, sentenza 16 marzo 2006 n 9246) *“è quella manifestazione di pensiero, talvolta di altissimo livello che nei tempi si è addossata il compito di castigare ridendo mores, ovvero di indicare alla pubblica opinione aspetti criticabili o esecrabili di persone, al fine di ottenere, mediante il riso suscitato, un esito finale di carattere etico, correttivo, cioè verso il bene”¹⁶²*. In sostanza, la satira è un sagace gioco di calibrazione fra libertà di espressione e rispetto. Nonostante ciò, se essa è eccessiva diventa una potente arma di discredito contro una persona dal volto pubblico. Se infatti non è ben chiaro il contesto satirico, vi può essere un ribaltamento della realtà, portando la finzione a divenire un fatto reale. Nell'epoca attuale dei social media, dove la replicabilità e la trasmissione hanno un carattere centrale, ciò può indurre a ridurre il confine tra verità disinformazione e satira diviene sempre più sottile, rendendo tale tipologia stilistica di espressione se decontestualizzata, pericolosa.

Il *click-bait*, fa riferimento a quel fenomeno ove i titoli e sottotitoli di un contenuto testuale non hanno una connessione logica con il contenuto del testo. Vengono utilizzati per rendere virale un determinato contenuto, e ad oggi, con la tendenza bulimica al consumo informativo, possiedono un eco molto efficace. Un esempio concreto dell'utilizzo di questi Titoli ad effetto è il tanto discusso articolo di Libero intitolato *“cala il Pil ma aumentano i Gay”* del 23 Gennaio 2019. Ovviamente la

¹⁵⁹ Tzu Sun. (2013). L'arte della guerra. Newton Compton editori. Roma p.40

¹⁶⁰ First Draft si è formata come coalizione senza scopo di lucro con nove partner fondatori nel giugno 2015, fornendo una guida pratica ed etica su come trovare, verificare e pubblicare contenuti provenienti dal social web.

¹⁶¹ Il report è disponibile alla pagina [Information Disorder Digital AW IT.pdf \(firstdraftnews.org\)](https://www.firstdraftnews.org/information-disorder-digital-aw-it.pdf)

¹⁶² La sentenza è consultabile al link [Cassazione penale, sez. I, sentenza 16/03/2006 n° 9246 \(altalex.com\)](https://www.altalex.com/index.php?idp=16032006)

notizia non è stata letta da nessuno, ci si fermò solamente a dibattere sull'appropriatezza del titolo utilizzato, ma fu proprio questo, l'obiettivo degli autori dell'articolo. Libero è un giornale che spesso ha utilizzato strumenti come questi per accattivarsi l'attenzione dell'opinione pubblica, generando pubblicità gratuita al proprio giornale. Ad oggi il fenomeno ha una certa consolidata pervasività e ciò in virtù della precedentemente discussa mancanza di attenzione da parte del pubblico. Sempre più, infatti, la lettura dei giornali non va oltre al titolo e al sottotitolo.

I contenuti ingannevoli invece, filtrano da un contenuto vero alcuni elementi che vengono poi rappresentati in un contesto di informazioni fuorvianti. Questo avviene soprattutto nell'ambito della c.d. pseudoscienza, dove talvolta viene legittimata una certa narrazione alternativa dei fatti attraverso una fonte che è reale ma che non possiede più un'attinenza concreta. Per chiarire meglio questo passaggio possiamo soffermarci a riflettere ad esempio sulle argomentazioni No-Vax, che spesso si avvalgono di uno studio condotto negli anni 90 sulla correlazione fra vaccini e autismo. Lo studio in questione è di fatto uno studio reale, che effettivamente basava scientificamente le sue ipotesi, ma, come talvolta accade, attraverso studi successivi, hanno smentito tale ipotesi, affermando sostanzialmente la totale mancanza di correlazione fra somministrazione del vaccino e autismo.

I contenuti falsi sono invece creati a partire da fatti reali ma che vengono poi esplicitati in maniera distorta o in un contesto diverso da quello reale. Un esempio che se ne può trarre in merito è il recente caso della foto che ritraeva diverse bare all'interno di una chiesa a Bergamo, affermando che esse sarebbero le morti del covid 19 in periodo pandemico per la particolare aggressività con cui la pandemia aveva attaccato la città. L'immagine in realtà era stata scattata a Lampedusa sei anni prima in seguito alla "strage di Lampedusa". La smentita delle notizie false sorte in merito alla faccenda non fecero che esacerbare chi possedeva una visione complottista sulla pandemia, vedendo nella smentita una conferma della falsità e della montatura della pandemia stessa (Rubinelli, 2021)

I contenuti impostori che vengono presentati da fonti autorevoli, ma che in realtà si rivelano come falsi o inesistenti. Spesso infatti vengono fatte circolare notizie che hanno gli stessi stili grafici e lo stesso nome di testate giornalistiche autorevoli, ma che nella realtà dei fatti non sono mai state prodotte. Spesso si parla di siti Clone, ovvero copie sufficientemente credibili, che veicolano messaggi non realmente appartenenti alla fonte originale.

I contenuti manipolati fanno riferimento al ritocco che viene fatto alle immagini. La storia possiede numerosi esempi di tali artifici. All'oggi però si è giunti ad un grado di sofisticazione prima impensabile. Attraverso le intelligenze artificiali, infatti, si è in grado di creare fotografie di eventi

difficilmente riconoscibili come falsi. Se prima tale tecnica possedeva un certo grado di complessità, oggi è alla portata di tutti.

I contenuti costruiti invece sono prodotti al fine di dare una chiara e lucida spiegazione a fenomeni mai avvenuti. Per esempio, in un reportage di CNN money¹⁶³ si è visto come a Veles, cittadina della macedonia, esista una fitta rete di operatori web che producono fake news. Nel 2016 durante le elezioni presidenziali negli stati uniti vennero rilevati più di 100 siti prodotti a Veles che diffondevano fake news, per lo più a favore del candidato repubblicano Donald Trump, (Rauch, 2021); (Ottaviani, 2022); (Nicita, 2019)

4.2.1 Troll

I Troll sono degli esseri mostruosi, che nella mitologia scandinava hanno dimensioni gigantesche e vivono nelle grotte, non sono esseri molto intelligenti, ma nell'immaginario comune vengono dipinti come creature estremamente malvagie, vivono nell'ombra e non possono uscire alla luce del sole. Tornando alla realtà i Troll esistono, ma non possiedono le fattezze sopradescritte, ne sono entità fisiche ma vivono e si nascondono nel digitale. Dietro di loro ci sono persone in carne e ossa certo, ma non si spingono mai a rendersi riconoscibili. Come i loro omonimi mitologici, brancolano nell'ombra, ed escono per attaccare indiscriminatamente ogni discussione pubblica, avvelenandola ed esacerbando i toni e le posizioni individuali, trasformando un dibattito, che potenzialmente poteva dimostrarsi positivo, in una zuffa, dove chi insulta in maniera più aggressiva assurge al podio del "leone da tastiera". Spesso la persona che si cela dietro un Troll è un individuo isolato, che sfoga la propria frustrazione diffondendo odio e sputando cattiverie a chicchessia. Ad oggi però non è sempre così. Spesso i Troll non sono soggetti indipendenti ed isolati che non hanno altri obbiettivi se non sfogare la propria frustrazione e il proprio risentimento in una zuffa online. Come precedentemente scrivevo in merito all'IRA (Internet, Research Agency) spesso questi mostri digitali nascondono soggetti ben organizzati che vengono assoldati al fine di avvelenare di proposito dibattiti pubblici. Vengono mossi per polarizzare gruppi ed esacerbare fratture sociali, soprattutto in prossimità di grandi eventi istituzionali come Referendum ed elezioni. Come dicevamo le elezioni americane del 2016 hanno visto il dispiegarsi prepotente di questi strumenti, che in una platea ancora del tutto inconsapevole della loro esistenza, hanno contribuito in maniera efficace a generare conflittualità tra le parti sociali.

¹⁶³ Per accedere al reportage <https://money.cnn.com/interactive/media/the-macedonia-story/>.

Un ulteriore elemento che può essere inserito nella categoria Troll è il c.d. *sockpuppet*. È il termine con cui si indica la costruzione di un falso personaggio al fine di trarre in inganno qualcuno, e il fenomeno non è nuovo. Una tecnica molto simile al Trolling ma che a differenza di questo, viene elaborata un'immagine credibile di un determinato personaggio, dando l'impressione che dietro a quel profilo esista una persona vera e propria. Charles Seife, giornalista e docente presso la NY University, riporta nel suo libro "Le menzogne del web, Internet e il lato oscuro dell'informazione" un esempio molto datato di questa tecnica. Essa, infatti, come del resto tutte le moderne tecniche di influenza non sono una scoperta recente; recente è però il modo con cui sono condotte. L'autore riporta che nel Febbraio del 1709, per le strade di Londra cominciò a girare un pamphlet intitolato "Predizioni per l'anno 1708" scritto da un certo Isaac Bickerstaff, il libello era ricco di predizioni sul futuro, inoltre prediceva la morte di un famoso astrologo, criticandone la sua mancanza di previsione della propria dipartita. Nel marzo dello stesso anno si diffusero delle lettere contenenti testimonianze della morte di questo sedicente astrologo. In tutta la città non si parlava d'altro, e ancor più fu lo sconcerto nello scoprire che in realtà l'astrologo non era morto. La preoccupazione per la sua morte si trasformò ben presto nel ridicolo, le persone infatti cominciarono a scherzare sulla faccenda. Tutto il caso era una montatura, dietro alla quale, sia il sedicente Bickerstaff, che i numerosi testimoni della morte, erano tutti creazioni fantasiose di Jonathan Swift, l'autore dei viaggi di Gulliver. Ad oggi con la creazione di internet tale fenomeno ha riacquisito vigore. In passato, infatti, un inganno come quello appena descritto necessitava di un certo impegno e l'esito non era troppo certo, con il digitale, le barriere spazio-temporali e materiali vengono annullate, così da facilitare non poco l'inganno.

Un esempio più attuale di tali attività viene riportato da Rid nel suo capitolo "*Trollati*"¹⁶⁴ riportando "@Pamela_Mooore, un profilo che possedeva 15.000 follower, artificiosamente creato dall'IRA. I suoi post erano prevalentemente a sostegno delle tesi repubblicane, ripostando e condividendo contenuti falsi e meme antimigrazione. Rid riporta come il post più famoso che il profilo aveva condiviso era "Preferisco occuparmi di dieci veterani americani senz'altro che di 50000 immigrati/clandestini... e tu? il post aveva generato 10000 interazioni. Un ulteriore esempio è il profilo di un sedicente John Davis @TheFoundingSon nella sua biografia c'erano tutta una serie di elementi tipici che conquistano l'elettorato di destra citando direttamente quanto riportato da Rid, "Imprenditore, padre orgoglioso, conservatore, cristiano, patriota, a favore del diritto alle armi, politicamente scorretto. Amo la mia patria e la mia famiglia #2°#GOP#cot#WakeUpAmerica"¹⁶⁵. I contenuti pubblicati nel suo profilo generarono in totale 335.000 interazioni.

¹⁶⁴ Rid Thomas. (2022) *Misure Attive. Storia segreta della disinformazione*. Luiss. Roma pp 393-404

¹⁶⁵ Rid Thomas. (2022) *Misure Attive. Storia segreta della disinformazione*. Luiss. Roma p 400

Tali soggetti non assurgono alla definizione di “opinion Leader”, la loro costruzione è infatti precaria e situazionale. La loro influenza, quindi, non è assimilabile a quanto descritto nel terzo capitolo in riferimento appunto a figure che spiccano nel pubblico. Essi però generano contenuti che vengono ripresi e ricontestualizzati all’interno delle echo chamber o camere dell’eco. Si muovono vicini al proprio target e sfruttano i vari bias cognitivi e le dinamiche di polarizzazione per aizzare le opinioni e le spaccature sociali.

4.2.2 Meme

Il concetto di Meme appare per la prima volta nel 1976 nel libro “The Selfish Gene” di Richard Dawkins, definendo il meme un’unità di trasmissione culturale. L’origine della parola deriva dal greco *mímēma* (imitazione). L’origine del termine riassume perfettamente l’idea stessa del concetto moderno che secondo l’enciclopedia Treccani

“singolo elemento di una cultura o di un sistema di comportamento, replicabile e trasmissibile per imitazione da un individuo a un altro o da uno strumento di comunicazione ed espressione a un altro”¹⁶⁶

Successivamente specifica ulteriormente il termine distinguendo in meme digitali:

“I memi digitali sono contenuti virali in grado di monopolizzare l’attenzione degli utenti sul web.”

Sono uno strumento estremamente utilizzato nelle campagne disinformative. Essi vengono impiegati non solo per la loro estrema popolarità e viralità ma anche per la loro semplicità. Si compongono infatti di un’immagine o più nella quale viene impressa una scritta o uno slogan, semplice e immediato. Siamo abituati a condividere costantemente tali contenuti ad amici o comunque a soggetti all’interno della nostra rete di contatti e difficilmente riteniamo che essi possano costituire uno strumento di influenza. Ma non è così per la DARPA¹⁶⁷ e il dipartimento di difesa degli Stati Uniti che per anni hanno studiato la loro capacità di influenza culturale, capaci di rafforzare e deviare, valori e comportamenti. Come riportato dall’organizzazione NewKnowledge¹⁶⁸ nel suo report “The Tactics & Tropes of the Internet Research Agency”¹⁶⁹, I meme trasformano macro-narrazioni in frammenti

¹⁶⁶ https://www.treccani.it/vocabolario/meme_%28Neologismi%29/.

¹⁶⁷ Defense Advanced Research Projects Agency (DARPA), è un’agenzia del dipartimento della difesa americano per lo sviluppo di tecnologie militari.

¹⁶⁸ New Knowledge Organization Ltd. è un istituto di ricerca senza scopo di lucro fondato nel 2012 per studiare come le persone apprendono e si impegnano con le grandi sfide della società.

¹⁶⁹ The Tactics & Tropes of the Internet Research Agency

emotivamente risonanti inoltre hanno la capacità di adattarsi al nostro consumo informativo, ovvero un testo corto che possa essere compreso nell'immediato, un ampio spazio dedicato all'immagine. È insomma, l'ingrediente perfetto per attirare l'attenzione, senza però intrappolarla in lunghe riflessioni cognitivamente stressanti. L'Ira, precedentemente descritta, ha fatto un ampio utilizzo di tali strumenti, analizzando a fondo il target delle proprie azioni, e individuando dunque il giusto contenuto per ogni categorizzazione del proprio Target. Sono la riformulazione moderna della vecchia propaganda dei manifesti d'effetto, ma con il potere di ricontestualizzarsi in qualsiasi ambiente e di venire condivisi all'infinito superando ogni spazialità. Essi sono messaggi che aizzano e polarizzano i gruppi, servono a mantenere una certa narrazione, facendo leva sull'aspetto emotivo e motivazionale. Sono sostanzialmente degli elementi di supporto ma imprescindibili in un processo d'influenza moderno.

4.2.3 Frame

Un elemento doveroso da considerarsi è quello indagato dallo scienziato cognitivo George Lakoff, il *Framing*. I Frame sono sostanzialmente delle cornici mentali di significato che determinano il nostro modo di pensare e di conseguenza anche i nostri obbiettivi, insomma il nostro agire sociale. È in sostanza il costrutto epistemico di cui si dota l'individuo nel suo venir socializzato al mondo sociale. Come spiegato dall'autore:

*“I frame non possono essere visti o sentiti. Compongono quello che noi scienziati cognitivi chiamiamo «inconscio cognitivo», ovvero quelle strutture mentali che non percepiamo attraverso un'introspezione cosciente, ma attraverso gli effetti che producono. Il nostro «senso comune» si compone di inferenze inconsapevoli e automatiche suscitate dai nostri frame inconsci. Ma anche il linguaggio è una spia dei frame sottostanti. Ogni parola si definisce in relazione a un frame concettuale sottostante. Ogni qualvolta ascoltiamo una parola, nel nostro cervello – eccolo chiamato in causa – si attiva immediatamente un frame.”*¹⁷⁰

L'esempio più classico di un frame che ne fa l'autore è quello di “non pensare all'elefante”, come il titolo del suo libro recita, nell'istante in cui ci viene posta questa richiesta, in automatico vedremmo materializzarsi nella nostra mente un elefante. Sebbene gli studi dell'autore si basano sull'analisi degli stili comunicativi intercorrenti fra Conservatori e Repubblicani, il concetto di *framing* si situa perfettamente nel tema della disinformazione intenzionale, e della manipolazione, proprio perché può

By New Knowledge (2018, report)

¹⁷⁰Lakoff George. (2019). *Non pensare all'elefante. Come riprendersi il discorso politico*. Chiarelettere. Milano p 6

spiegare la connessione fra narrazioni che potremmo definire “deviate” e la loro pervasività al di là degli elementi soggettivi e intersoggettivi che abbiamo elencato nei capitoli precedenti. Ritornando all’autore:

*“Il Framing consiste nel trovare un linguaggio adatto alla nostra visione del mondo. Ma ovviamente, non è solamente una questione di linguaggio. Prima ancora vengono le idee: il linguaggio serve a evocare e veicolare quelle idee.”*¹⁷¹

All’origine del concetto di Frame vi sono gli studi dell’antropologo inglese Gregory Bateson. Egli infatti, aveva condotto una serie di studi sul comportamento delle scimmie, delle lontre e dei delfini al fine di determinare se gli animali fossero capaci di riconoscere la natura simbolica dei segni che emettevano e ricevevano.¹⁷² Considerando come, questi animali presi in considerazione s’impegnavano in azioni giocose simili al combattimento, Bateson cominciò a interrogarsi come essi fossero in grado di comprendere come ciò fosse da intendersi come un gioco e non come una lotta vera. L’unica spiegazione che diede Bateson era che gli animali erano capaci di scambiarsi segnali che veicolavano il messaggio “questo è un gioco”. Ciò conduce Bateson alla discussione del frame, considerandolo come ciò che dà significato alle parole: c’è bisogno di inquadrare, incorniciare una parola o una frase, altrimenti diventa difficile, se non impossibile, la comprensione. È con Goffman che si realizza quella che viene definita “la teoria dei frame”, afferente all’ambito microsociologico essa asserisce all’idea secondo cui la realtà non è unitaria, ma composta da una complessa strutturazione a livelli (denominati appunto frames), innestati l’uno sull’altro, dove ogni frame può essere costruito sulla base di un altro frame.

I Frames possono essere composti da due trasformazioni, il Framing, ovvero il mettere o togliere le cornici di significato ad una realtà per generarne un'altra e il Keying, che Goffman definisce:

*“quell’insieme di convenzioni sulla base delle quali una data attività, già significativa in termini di una qualche struttura primaria, viene trasformata in qualcosa modellato su questa attività, ma visto dai partecipanti come qualcos’altro”*¹⁷³

¹⁷¹ Lakoff George. (2019). *Non pensare all’elefante. Come riprendersi il discorso politico*. Chiarelettere. Milano p 17

¹⁷² Per una trattazione del concetto di Frame si veda Cerullo Massimo. (2005). *Sociologia delle cornici: Il concetto di Frame nella teoria sociale di Erving Goffman*. Pellegrini editore. Cosenza

¹⁷³ Goffman Erving. (1974). *Frame Analysis*. Armando. Roma p 68

Attraverso il keying abbiamo la possibilità di trasformare l'attività che stiamo esperendo in un altro tipo di attività dalle implicazioni differenti. Ad esempio, quando ci travestiamo o usiamo la mimica per fare di una sequenza innocua una sequenza minacciosa, o di un combattimento un gioco.

In sostanza per Goffman il frame è una cornice che determina il contesto della realtà e uno schema o struttura mentale che incorpora i dati esterni oggettivi. L'organizzazione dell'esperienza passa così per cornici sociali e schemi mentali che si fondono insieme per creare un frame. Quando un soggetto analizza la situazione utilizzerà quelli che l'autore definisce come frame primari e quelli che abbiamo definito come processi di trasformazione, Keying.

Se contestualizziamo quanto appena affermato, con le narrazioni che compongono la disinformazione evinciamo il fatto che esse non fungono solamente da mere notizie riportanti fatti più o meno veritieri, bensì hanno il potenziale di ricostruire e modificare il costruito epistemico di riferimento dei soggetti. Non dobbiamo infatti, focalizzarci su una singola misura attiva, bensì l'insieme delle pratiche poste in essere. Non si tratta infatti di una campagna d'informazione dove l'obiettivo è rendersi accattivanti all'occhio del pubblico, ma di incidere profondamente sul modo con cui gli individui attribuiscono significato al reale. Un esempio che spiga in maniera pregevole l'operato del framing e di conseguenza del refremming è fornito dall'autore stesso, che indaga il frame di riferimento nel contesto politico degli americani. Lakoff individua che la rappresentazione che hanno gli americani di sé stessi è ascrivibile attraverso la metafora del padre. La narrazione della politica estera, infatti, utilizza metafore legate al mondo della famiglia per descrivere il proprio rapporto con i paesi esteri. Le nazioni, infatti, sono descritte in termini di maturità, si parla infatti di stati adulti, nel momento in cui i loro grado di industrializzazione è elevato e stati bambini nel momento in cui il livello è molto basso.

“Le nazioni bambine sono dette «in via di sviluppo» o «sottosviluppate» e, secondo questa teoria, equivalgono a nazioni arretrate. Dobbiamo comportarci con loro come padri severi, ovvero spiegare loro come fare a crescere, quali regole seguire, e punirle quando sbagliano. Per esempio, attuando le politiche del Fondo monetario internazionale. La maggior parte dei paesi aderenti alle Nazioni Unite sono in via di sviluppo o sottosviluppati. Questo vuol dire che metaforicamente sono dei bambini.”¹⁷⁴

L'autore quindi, attraverso questa considerazione, rilegge il discorso di George w. Bush sullo stato dell'unione alle Nazioni Unite del 2005 *“Non abbiamo bisogno di un permesso scritto per difendere*

¹⁷⁴ Lakoff George. (2019). *Non pensare all'elefante. Come riprendersi il discorso politico*. Chiarelettere. Milano p 26-27

l'America”, considerando come, invece di utilizzare una frase del tipo “*Non chiederemo il permesso*”, il riferimento sia chiaramente individuabile al mondo della famiglia, al consenso esplicito dei genitori per fare qualcosa. Il messaggio sott'intende quindi l'autopercezione di essere una nazione adulta, che non ha bisogno di chiedere un permesso, in virtù della sua maturità. Da questo piccolo estratto possiamo trarne, seguendo l'autore, come il ruolo in politica estera degli Stati Uniti non possa essere se non quella di un padre che deve difendere, accudire ed educare dei bambini. In quest'asse Lakoff individua poi le particolarità che sorgono da questa macro-narrazione. Se si assume una prima categorizzazione fra repubblicani e democratici, la figura del padre muta in una concezione di Padre severo nei termini repubblicani, e di un genitore premuroso nel contesto democratico. Senza soffermarci ulteriormente sulla faccenda, quanto descritto fino ad ora è sufficiente a far riflettere sull'importanza dei Frame, la loro pervasività e la loro capacità di proiettare in azioni concrete l'agire sociale.

Lakoff inoltre evidenzia come l'importanza dei frame, fosse una questione già ben nota al mondo conservatore, essi compresero l'importanza dei Frame in virtù della loro disomogeneità, come riporta l'autore infatti:

“Negli anni Cinquanta i conservatori si odiavano tutti tra di loro. I conservatori finanziari odiavano i conservatori sociali. Questi non andavano d'accordo con i libertari che, a loro volta, dissentivano dai conservatori religiosi. Infine, molti conservatori sociali non erano religiosi.”

Fu Lewis Powell che redasse un memorandum in cui si evidenziava la necessità di trovare un terreno narrativo comune al fine di mantenere un tema comune su cui guidare la propria azione. A tal proposito, quindi, fu perseguito l'obiettivo di istituire fondi di ricerca, come l'Heritage Foundation, aumentare lo spazio culturale dei conservatori, sovvenzionare cattedre universitarie e corsi. Lo stesso stratagemma viene evidenziato anche da Marco d'Eramo nel suo libro “*Dominio. La guerra invisibile dei potenti contro i sudditi*”¹⁷⁵, che riprendendo il concetto gramsciano di egemonia culturale evidenzia come la spinta conservatrice, partendo da Powell, avesse minato culturalmente le idee marxiste di classe, eliminandole dal gergo comune, spezzando quindi la potenzialità ideologica in essa contenuta.

Da quanto detto finora, l'importanza dei Frame in un processo manipolativo investono un carattere centrale. Se ritorniamo su quanto affermato nel secondo capitolo, ovvero sugli aspetti cognitivi che

¹⁷⁵ D'Eramo Marco. (2020). *Dominio. La guerra invisibile dei potenti contro i sudditi*. Feltrinelli. Milano Consiglio in particolar modo la lettura dei primi due capitoli, che spiega attraverso un approccio storico e sociologico l'idea dell'eliminazione del marxismo dalla cultura americana.

inducono i soggetti a fallacie cognitive, ci appare evidente come le persone non possono essere descritte nei termini di attore razionale, come l'illuminismo si auspicava di fare. Gli individui infatti:

“Ragionano tramite frame. Gli schemi mentali del padre severo e del genitore premuroso ci tengono ancorati a una certa logica. Qualsiasi verità, per essere accolta, deve rientrare in quei frame, in quegli schemi mentali. Se questo non succede, i fatti rimbalzano fuori dalla nostra mente, mentre i frame restano immutati. Perché? Le neuroscienze ci insegnano che tutti i nostri concetti – i concetti a lungo termine che strutturano il nostro pensiero – sono impressi nelle sinapsi del nostro cervello. I concetti non sono realtà che si modificano semplicemente perché qualcuno ci racconta un fatto. Possiamo anche venire a conoscenza dei fatti, ma se questi non corrispondono alle strutture concettuali presenti nel nostro cervello, ci sfuggono senza che riusciamo a interpretarli. Non li ascoltiamo, non li accettiamo come fatti, ci confondono, non ne comprendiamo il senso, finiamo con l’etichettarli come dati irrazionali, insensati o di nessuna importanza”¹⁷⁶

Questo ci riporta agli stessi bias evidenziati nel secondo capitolo, che ci spiegano come sia fondamentale sfruttare i meccanismi cognitivi per modificare l'opinione di una collettività. Come esposto in precedenza, le azioni di Trolling portate in atto dall'IRA, non erano di certo messaggi lanciati ad un pubblico sconosciuto, ma erano messaggi confezionati in relazione al Target di riferimento. La loro azione, infatti, si insinuava all'interno dei gruppi social, sfruttandone le loro fragilità e tendenze in gruppo, nonché quelle del singolo individuo. L'insieme quindi delle caratteristiche della dinamica delle opinioni e l'analisi meticolosa del substrato culturale della popolazione target ha reso gli attacchi informati nella campagna elettorale del 2016 estremamente efficace (Rauch 2020, Rid 2022).

¹⁷⁶ Lakoff George. (2019). Non pensare all'elefante. Come riprendersi il discorso politico. Chiarelettere. Milano p 35

4.2.4 Manipolare la realtà per disinformare informando

In teoria ciascuno fa le sue scelte per quanto concerne la vita pubblica e quella privata [...] in pratica accettiamo che i nostri dirigenti e gli organi di stampa ci indichino le questioni di interesse generale. Accettiamo che un pastore, uno studioso, o semplicemente un'opinione diffusa ci prescrivano un codice di comportamento sociale standardizzato al quale ci conformiamo per la maggior parte del tempo¹⁷⁷

Per influire sulla realtà bisogna operare su quelle che Lippmann definiva come *Stereotipi*¹⁷⁸, vale a dire quelle visioni del mondo artificiali che ciascuno possiede che si fondano non sull'esperienza diretta, ma su un'immagine ordinata e coerente di un mondo a cui le nostre abitudini i nostri gusti le nostre capacità si sono adattati.

“La manipolazione è, così. In grado di produrre una vera e propria disinformazione, pur moderando il livello di mistificazione della realtà semplicemente agendo su questi stereotipi e sulle credenze dell'opinione pubblica alla quale ci si riferisce. Perché, se gli stereotipi costituiscono, per così dire, l'archivio della conoscenza all'interno del quale inserire e catalogare ogni nuovo elemento, le credenze rappresentano la ratio, il criterio ordinatore sulla base del quale effettuare l'archiviazione dei dati. Criterio al quale l'individuo, o ancor di più il gruppo al quale appartiene, aderiscono spesso in modo assoluto acritico, dando un totale assenso anche al di là, o in assenza, di ogni possibile verifica razionale o scientifica”¹⁷⁹

Anzi proprio in mancanza di una concreta possibilità di giustificare i fondamenti delle credenze, si tenderà spesso, a dare loro una giustificazione pseudo-razionale, avvalorandola con esempi e riferimenti tali da invertire il rapporto di causa-effetto. Ne risulteranno conferme per lo più basate su elementi sovrastrutturali o artificiali, spacciati come prove tangibili di tesi razionalmente dimostrabili”

¹⁷⁷ Bernays L. Edward. (2008). *Propaganda. Della manipolazione dell'opinione pubblica in democrazia*. Fausto Lupetti Editore. Bologna. p. 26

¹⁷⁸ Lippmann Walter. (2004). *L'opinione pubblica*. Donzelli.

¹⁷⁹ Chiaia Massimo. (2008). *Menzogna e Propaganda. Armi di disinformazione di massa*. Lupetti, Milano p 67

Ciò significa sostanzialmente che, sebbene vi sia un'apertura totale all'informazione all'opinione pubblica essa sarà ad ogni modo soggetta ai filtri interpretativi della propria cultura che ne determinerà la rappresentazione di senso di quello specifico fatto. Un esempio di quanto possano influire gli aspetti culturali sulla percezione di un'informazione è quello riportato da Allport e Postman sulla trasmissione informativa all'interno del gruppo. L'idea di metodo era quella del "telefono senza fili", veniva cioè data ad alcuni soggetti l'immagine di un uomo nero e un uomo bianco seduti vicini. Veniva poi comunicato quanto visto ad altri soggetti, i quali non erano stati sottoposti alla visione concreta dell'immagine. Essi si dovevano accontentare della narrazione dei primi di quanto essi avevano visto. Di seguito si susseguivano passaggi di narrazione senza che vi fosse mai un riscontro materiale dell'osservazione. Gli studiosi constatarono che dopo sette o otto passaggi l'immagine di partenza veniva travisata totalmente, giungendo a descrivere la scena di un'aggressione da parte dell'uomo nero contro l'uomo bianco. Si constatò quindi quanto i filtri culturali potessero avere una valenza fondamentale nell'interpretazione della realtà e alla sua condivisione.

È proprio in tale dimensione che la disinformazione, e la manipolazione trovano terreno fertile. Sfruttando la cultura di uno specifico gruppo è possibile influire sulla loro capacità di giudizio e di presa di decisione.

4.2.5 Mentire omettendo. Menzogna e selezione dell'informazione

Un classico strumento di manipolazione informativa è la questione sulla selezione dell'informazione ovvero il porre una c.d. agenda setting da parte della stampa, di quei fatti che assurgono a notizia. Ciò ha un potere estremamente manipolatorio, dato che come sostenuto da Lippmann "*Ciò che l'individuo fa si fonda non su una conoscenza diretta e certa, ma su immagini che egli si forma o che gli vengono date*"¹⁸⁰ Fornire solamente alcuni elementi di un dibattito porterà ovviamente a travisare una determinata opinione costruendo un discorso dal significato del tutto non attinente a quanto invece esso nella situazione concreta rappresentava. L'estremo risultato di tali processi di selezione e manipolazione finalizzati ad una certa costruzione della realtà, sarà quello di accreditare ad una realtà fittizia la sola possibile esistente, avvalorando quindi il precedentemente citato teorema di Thomas. Affinché esso trovi una solida base su cui esso possa poggiarsi, non servono prove tangibili di quanto

¹⁸⁰ Lippmann Walter. (2004). *L'opinione pubblica*. Donzelli. Roma p 27

affermato, ma semplicemente ulteriori voci o rumori che confermino e legittimino asserzioni precedentemente espresse (Chiais, 2008).

La selezione delle informazioni nel momento in cui vuole nascondere determinate notizie che destabilizzerebbero il quadro costruito, non necessitano più di una reale censura, ad oggi con il flusso informativo in cui siamo immersi, è sufficiente intossicare la notizia inondando l'opinione pubblica di fatti e notizie, in modo da indurre confusione e incapacità di riuscire ad analizzare con dovizia fonti e attendibilità di determinate asserzioni. Un caso specifico viene riportato da Chiais¹⁸¹, nella famosa operazione Desert Storm nel 1991, nel quale il governo americano aveva stimolato e indotto la produzione incessante di notizie sull'Iraq di Saddam Hussein al fine di screditare il suo regime agli occhi dell'opinione pubblica statunitense. Chiais in merito scrivere:

“la tendenza dei media a drammatizzare e spettacolarizzare i fatti per sostenere l'audience, ampliarono ulteriormente quello che, in seguito, si sarebbe capito essere null'altro che un meccanismo di gestione dell'informazione preordinato a monte dagli esperti di comunicazione del Pentagono e della Cia, con l'aiuto di agenzie di pubbliche relazioni al soldo della famiglia Kuwaitiana in esilio e della stessa amministrazione statunitense”¹⁸²

In sostanza gli obiettivi strategici di questa copertura mediatica erano principalmente mutare la percezione sull'Iraq di Saddam Hussein da alleato in nemico, e comunicare al mondo il progresso tecnico militare degli Stati Uniti che per la prima volta avrebbero mediatizzato una guerra che appariva fortemente giusta a nome dei diritti umani. Chiais riporta che per giungere a questo obiettivo si decise di muoversi attraverso due direttive. La prima di inondare d'informazione l'opinione pubblica in modo da mantenere l'attenzione dei media sulla questione, e in secondo luogo, inquadrare i giornalisti sul campo controllando attentamente la loro attività, circoscrivendo il loro campo di azioni al fine di tutelarli, ma anche di controllarli.

In tal senso, ritornando al capitolo due, ove vi è l'esposizione dei principali bias cognitivi inerenti alla formazione dell'opinione, un richiamo centrale in tal senso verterà sull'euristica della disponibilità, che riprendendo Kahneman, ci dimostra come assurgeremo a verità ciò che sostanzialmente si rende maggiormente saliente nella memoria, nonché disponibile nelle discussioni pubbliche. Oltre a percepire come la questione investa un'importanza primaria, saremmo fortemente indotti a non assumere una valenza critica in virtù della molteplicità di fonti e attori che ripetano costantemente la stessa narrativa. Ovviamente non è di certo l'unico bias che viene stimolato da una

¹⁸¹Chiais Massimo (2008). *Menzogna e Propaganda. Armi di disinformazione di massa*. Lepetti, Milano

¹⁸²Chiais Massimo. (2008). *Menzogna e Propaganda. Armi di disinformazione di massa*. Lepetti, Milano p29

sovraabbondanza di informazione, ma anzi attraverso questa sospensione critica avremmo la precedentemente definita “Illusione di Certezza”, nonché tutte le varie fallacie cognitive che entreranno in gioco nelle specifiche interazioni.

4.3 I DISINFORMATORI IN AZIONE: IL MODELLO ICRO E L’EFFICACIA DELLA MANIPOLAZIONE.

Le questioni belliche seguono il Dao dell’inganno. Perciò, se si è capaci bisogna mostrarsi incapaci, e se si è attivi bisogna mostrarsi inattivi. Quando si è vicini bisogna dare l’impressione di essere ancora lontani, e quando si è lontani, quella di essere vicini. Si tenti il nemico facendolo sentire in vantaggio, e lo si schiacci fingendosi confusi. Con un nemico compatto si stia pronti al confronto, ma un nemico troppo forte va fuggito. Lo si irri per confonderlo e si ostenti debolezza per aizzarne l’arroganza. Lo si stanchi se cerca riposo e si cerchi di dividerne i ranghi qualora siano uniti. Lo si attacchi dov’è impreparato, operando sortite dove non si è attesi¹⁸³

A questo punto è fondamentale porre delle considerazioni conclusive in merito alla formazione dell’opinione. Considerando quanto abbiamo sostenuto fino ad ora possiamo affermare quanto le opinioni dei singoli siano intrinsecamente resistenti a qualsiasi tipo di cambiamento. Come sostiene infatti Richard Hurer, analista Cia sugli aspetti psicologici della valutazione informativa, richiama alla pigrizia epistemica alla quale siamo soggetti:

“In parte a causa della natura della percezione umana e dell’elaborazione delle informazioni, le credenze di qualsiasi tipo tendono a resistere al cambiamento. Questo è particolarmente vero per le assunzioni implicite e le presunte verità auto-evidenti che giocano un ruolo importante nella formazione dei modelli mentali. Gli analisti sono spesso sorpresi di apprendere che quelle che per loro sono verità autoevidenti non lo sono affatto per gli altri, o che la verità autoevidente ad un certo punto nel tempo può essere comunemente considerata come una supposizione disinformata 10 anni dopo. Le informazioni che sono coerenti con una mentalità esistente vengono percepite ed elaborate facilmente e rafforzano le credenze esistenti. Poiché la mente si sforza istintivamente per la coerenza, le informazioni che non sono coerenti con un’immagine mentale esistente tendono ad essere

¹⁸³ Tzu Sun. (2013). *L’arte della guerra*. Newton Compton editori. Roma p.27

trascurate, percepite in modo distorto, o razionalizzate per adattarsi alle assunzioni e credenze esistenti.”¹⁸⁴

Nigris in tali termini considera come la reale prospettiva analitica alla valutazione informativa, sia il ragionare in termini di flusso, integrando il triangolo epistemico CRA di cui abbiamo discusso nel primo capitolo. Egli pone innanzi tutto di fondamentale importanza, l'isolamento del concetto di informazione, intesa come motore di formazione della credenza, dai processi esperienziali e inferenziali soggettivi. In secondo luogo, vi deve essere un'integrazione del concetto di opinione, intesa come esplicita di una particolare credenza, coerente e strutturata. E infine, assumere che dietro l'attore che potrà porre in essere un'azione sociale vi sono tre elementi. Una fonte, un'informazione prodotta da quella fonte, e la responsabilità epistemica che deve essere cosciente di come il grado di fiducia che ripone sull'attendibilità delle informazioni influenzerà il proprio agire sociale.

In tal senso si è giunti a quello che Nigris definisce modello ICRO (Informazione-Credenza-Referenza-Opinione). Il modello a differenza del precedente utilizzato sottolinea la dimensione referenziale da un lato e quello della credenza dall'altro, inserite entrambe nello stesso piano orizzontale. In questo modo viene ad evidenziarsi un secondo elemento per differenza, così come l'asserzione e l'informazione appartengono al mondo del linguaggio, anche l'opinione ne farà parte, essendo come abbiamo visto una credenza cosciente e strutturata e anche esplicitata durante l'interazione sociale.

Un terzo elemento è la tripartizione del modello (T-0, T-1/T.0, T-1), Il primo, T-0 riguarda soltanto la fonte e rappresenta il modello CRA, costituito da credenza referenza e informazione. T-1, la terza parte del modello riguarda invece l'attore, corrispondente dell'opinione che si trasforma in azione sociale. Nella parte centrale di tale tripartizione, T-0/T-1, corrisponde alla parte di maggiore rilevanza analitica, in tale parte infatti, comune alla fonte e all'attore, comprende la credenza connessa all'informazione che diventa referenza, al fine di generare un'opinione.

Nigris ci invita a considerare come, al di là della tipicità dell'interazione cognitiva (ovvero sia che sia di tipo verbale, scritto digitale, sincrona o asincrona), l'informazione generata da una particolare fonte i cui processi cognitivi sono identici a quelli dell'attore. Inoltre, l'attore deve, o per lo meno dovrebbe considerare che ogni cosa venga comunicato, parte da una particolare volontà.

¹⁸⁴ Hurer J. Richard. (1999). *Psychology of Intelligence Analysis*, Center for the study of intelligence, Central Intelligence Agency, CIA

L'attore dovrà quindi valutare l'affidabilità della fonte, ovvero il grado di fiducia da poter riporre ragionevolmente nella fonte, quindi la sua affidabilità e grado di competenza. In secondo luogo, dovrà considerare la veridicità dell'informazione ed infine l'intenzionalità della fonte, ovvero l'interrogarsi sul come e sul perché sia venuto a conoscenza di una determinata informazione.

Nigris suggerisce al fine di ovviare una manipolazione informativa indotta è quella di concentrare la nostra azione interpretativa nel cercare di ricostruire il sistema di credenze della fonte dell'informazione, nelle parole dell'autore

“Se invece iniziamo ad analizzare l'informazione nel contesto delle credenze della fonte, triangolando quest'analisi con tutte le informazioni disponibili a proposito della fonte stessa, avremo molti elementi in più per poter capire quali sono le probabili intenzioni che stanno dietro alla condivisione di questa informazione.”¹⁸⁵

Ciò significa che dovremmo, per quanto possibile comprendere la fonte dell'informazione contestualizzando e circoscrivendo l'informazione, proprio sulla base della fonte. Per fare un esempio concreto, se scopriremo che l'autore del libro *“Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione e azione sociale”*, fosse un accanito sostenitore del KKK, che in passato ha pubblicato libri sull'argomento sostenendone i valori, sarebbe quanto meno necessario leggere il libro sopra citato, con le dovute accortezze epistemiche. Potremmo quindi analizzare il suo scritto assumendo la dimensione culturale entro cui lo scritto è stato generato, comportando non per forza un rifiuto, ma di certo un ridimensionamento e un ricollocamento interpretativo dello stesso.

Considerando ora quanto abbiamo esposto, è evidente come la manipolazione sia estremamente efficace e ciò in virtù dell'impegno cognitivo necessario a riuscire a smascherare l'intenzionalità di un attore che voglia porre in essere un'azione disinformativa. Il modello ICRO ci offre un ottimo sistema al fine di comprendere la dinamica dell'opinione, ma con ciò ci rende più consapevoli di come le strategie di manipolazioni moderne non trovino ostacoli. Non soltanto, come abbiamo visto nel secondo capitolo, non siamo agenti razionali che sfuggono dagli inciampi logici della nostra mente, ma anche le dinamiche sociali moderne hanno comportato una totale vulnerabilità all'azione manipolativa, che ci rendono totalmente, o quasi, incapaci di analizzare e valutare le informazioni in nostro possesso.

¹⁸⁵ Nigris Daniele. (2021). *Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Buonanno editore. Roma pp 131-132

Marco Polo descrive un ponte, pietra per pietra. – Ma qual è la pietra che sostiene il ponte? – chiede Kublai Kan. – Il ponte non è sostenuto da questa o quella pietra, – risponde Marco, – ma dalla linea dell’arco che esse formano. Kublai Kan rimane silenzioso, riflettendo. Poi soggiunge: – Perché mi parli delle pietre? È solo dell’arco che m’importa. Polo risponde: – Senza pietre non c’è arco.¹⁸⁶

¹⁸⁶ Calvino Italo. (1972). *Le città invisibili*. Mondadori. Milano p 95

CONCLUSIONI

Giunti al termine di questo percorso, diviene chiaro ora come sia vulnerabile il nostro sistema d'informazione, ma non solo, come anche noi stessi siamo permeabili ai fenomeni di disinformazione. Non che la nostra vulnerabilità sia aumentata rispetto al passato, anzi, probabilmente rispetto al ieri abbiamo più strumenti con cui difenderci da attacchi che hanno l'intenzionalità di modificare la nostra percezione del mondo, ma come vi sono più strumenti di difesa, vi sono anche maggiori strumenti di offesa. All'inizio di questo percorso mi sono interrogato sul valore della verità e al termine di questo percorso come Socrate con teeteo non ho trovato risposta. Non intendo di certo scadere nel relativismo epistemico di stampo nichilista, certo, però cercare quel "centro di gravità permanente", come cantava Battiato, è quanto più un'illusione. Il processo alla verità è un costante processo nel quale lo scambio con le altre opinioni costituisce un punto saliente, non giungendo mai ad una fossilizzazione del pensiero. Certo, come Rauch sostiene, quell'equilibrio fatto di pesi e contrappesi della costituzione della conoscenza, oggi è andata a disgregarsi, ma ciò non deve volgere il nostro sguardo ad un determinismo fatalista. Quello che viviamo oggi è probabilmente una fase intermedia, in cui possediamo strumenti troppo "maturi" per le nostre coscienze ancora acerbe, ma sappiamo apprendere in fretta. Il fenomeno della disinformazione e gli attacchi manipolatori sono sempre più oggetto di studio e di attenzione, ritengo infatti che le istituzioni governative ed extra governative abbiano cominciato a comprendere la minaccia di tali strumenti. Non a caso continuano a costituirsi gruppi d'esperti e organizzazioni che hanno il compito e la volontà di riportare un'informazione sana, diffondendo consapevolezza su come dovrebbe essere consumato il prodotto informativo, fornendo ai suoi consumatori un utilizzo più responsabile e maturo delle proprie scelte informative. L'Unione Europea e le sue istituzioni hanno preso seriamente la questione, agendo con normative sempre più stringenti alle società che gestiscono piattaforme social. Il caso Brexit e Russian Gate ha reso evidente la necessità di un intervento serio e mirato.

Ritornando a quanto ho cercato di esporre in questo elaborato, la mia intenzione è stata quella di fare un po' di chiarezza al modo con cui oggi le persone rimangono "affascinati e convinti" da idee e persone che non hanno nulla a che vedere con la ragionevolezza. Persone, queste, che non per forza come in passato si era soliti pensare, provengono da una certa "classe sociale" (se si può ancora utilizzare questo termine) o da un certo ceto, ma che appartengono ad ogni tipologia umana collocata in qualsiasi livello della società.

Sono partito da delle domande semplici, ma complesse nella loro semplicità. Cos'è e come si forma una credenza? Che cos'è un'opinione e come essa necessita di essere esplicitata? Come un soggetto può, sulla base delle proprie credenze compiere determinate scelte, o come può dare un determinato significato alla realtà che lo circonda?

Per cercare di rispondere a tali domande mi sono avvalso delle mie conoscenze in ambito sociologico, che ho reputate come le più consone al fine di indagare come i soggetti vengano socializzati, sia in senso primario, acquisendo dunque una prima concezione del mondo, sia in senso secondario, quando il soggetto comincia ad assumere uno o più ruoli all'interno della struttura sociale e la conferma o la smentita alla propria interpretazione del mondo determinata dalla fase primaria. E lì nel gioco conflittuale di definizione della propria visione del mondo si stagliano i problemi di confronto con interpretazioni diverse se non talvolta, diametralmente opposte della realtà. Già in questa prima sezione possiamo comprendere come la realtà sociale esterna al soggetto non è altro che un artificio costruito, irto di contraddizione e paradossi. Attraverso il concetto di Nigris di Credenza collettivamente riconosciuta, ho voluto dimostrare proprio questo, ovvero che non è importante se qualcosa è vero di per sé, ma diviene importante nel momento in cui una collettività lo ritiene tale.

Forse tutto ciò può apparire come un enorme giro di parole, ma in realtà da questo possiamo già dedurre la potenzialità nell'innestare determinate visioni del mondo in un soggetto, o ancora meglio, se fossimo in grado di comprendere il proprio costruito epistemico di riferimento, potremmo comprendere il modo con cui un soggetto interpreta il mondo, rendendolo vulnerabile dunque, ai messaggi o alle narrazioni con cui intendiamo influenzarlo.

Certo, forse non sono partito per la mia riflessione con un approccio classico, come si suggerirebbe di fare; quindi, magari indagare in ottica psicologica come un soggetto possa essere reso più o meno manipolabile. Ma mi sono reso conto che il fenomeno attuale della disinformazione, non pone le sue basi, come potrebbe farlo la propaganda, sul porre in essere un messaggio altamente attrattivo e persuasivo; le basi della disinformazione come sostenuto da Nicita (2021), partono dal modo con cui un soggetto costituisce un'opinione, sul modo con cui si affida ad una determinata credenza, come esso si relaziona con la collettività e infine dalle fallacie che, per come cognitivamente siamo strutturati, ci rendono vulnerabili al modo attuale di venire "informati".

In un secondo momento, quindi, ho indagato tutti gli aspetti che costituiscono un terreno fertile alla disinformazione, in modo da evidenziare ed escludere, come certe esteriorità come cultura ceto e classe, non costituiscono freno alla possibilità di divenire vittima di narrazioni del tutto campate in aria. Attraverso gli studi di Kahneman e Tversky ho potuto immergermi nel complesso mondo delle

scienze cognitive che mi hanno portato a comprendere come in sostanza agiamo in maniera del tutto irrazionale, o per lo meno, non con la razionalità che pensiamo di avere. In questo capitolo ho cercato di evidenziare le fallacie e le euristiche che ho ritenuto tra le più importanti nel contesto del consumo informativo e nel modo con cui prendiamo decisioni sulla base delle nostre credenze. In tal senso non operiamo mai un attento vaglio dell'informazione, o non sempre, ci facciamo guidare di più da fattori ed elementi del tutto non pertinenti alla comprensione. Nel nostro "scegliere" di credere a qualcosa è determinato, non tanto dalla capacità attrattiva e contenutistica dell'informazione, ma aspetti quale l'identità, il controllo che intendiamo avere sulla percezione che gli altri hanno di noi stessi, sulla difesa delle nostre stesse credenze, ricercando tutto ciò che avvalora le nostre opinioni e scartando tutto ciò che pone il dubbio.

Successivamente ho avvertito come, la vulnerabilità a credere a narrazioni deliranti, non sia del tutto frutto della nostra incapacità di utilizzare la testa per mancanza "d'istruzioni per l'uso" (Taleb, 2011 p-37) ma anche fenomeni esterni, sia di tipo interazionale, come le echo chamber e i suoi effetti polarizzanti, le logiche di influenza di gruppo e di controllo delle identità, di contagio emotivo, sia di tipo strutturale, ovvero la progressiva sfiducia nelle istituzioni e nella scienza e l'avvento della digitalizzazione delle interazioni. Aspetti questi, che non sono insiti e connaturati nel nostro essere, come potrebbero essere i meccanismi del sistema cognitivo, ma situazionali e referenti ad una realtà che velocizzato in maniera ossessiva le nuove forme di interazione senza che le persone abbiano maturato una certa alfabetizzazione ad un utilizzo più maturo e corretto di certi strumenti.

L'immersione in una realtà soggetta all'infodemia, dove siamo costantemente bombardati di informazioni, vere e false che siano, ci rendono totalmente inermi nel prendere una decisione ponderata, dando più sfogo a decisioni prese d'istinto al fine di soddisfare il nostro bisogno intrinseco di ordine e di comprensione.

Nel l'ultimo capitolo ho indagato il concetto di disinformazione, un concetto questo talvolta confuso¹⁸⁷, che ha le sembianze di un fenomeno nuovo, ma che di nuovo ha solamente le vesti, e forse, neanche quelle più di tanto. I capitoli precedenti mi sono serviti per comprendere il terreno su cui si dipana nello specifico la disinformazione, che possiamo definire "*arte dell'inganno*" come sostenuto da Rid (Rid, 2020 p-414). Essa, infatti, non è sempre frutto di un attore solitario e disadattato, sufficientemente misantropo e con la passione di infiammare il dibattito. Talvolta come descritto, essa è un'arma, inserita all'interno dell'organico degli strumenti di offesa di un paese, che intende destabilizzare o manipolare il governo di un altro, partendo però non dalle sue istituzioni ma

¹⁸⁷ Nigris e Wardle ne hanno dato una definizione specifica che riporto nel primo paragrafo

dalla sua società civile. Possiamo immaginare la disinformazione come ad un fiammifero, che, se gettato nel punto giusto può produrre un incendio, che non ha la necessità di essere alimentato ma da sé trova tutto il materiale necessario alla sua combustione. È un'arte che gioca nel rendere carnefice di sé stesso la vittima scelta.

Nel nostro contesto democratico il fenomeno rischia di ledere i principi che per secoli sono stati elaborati e che solo nell'attualità hanno trovato la loro massima espressione. La disinformazione sta piegando una delle nostre più importanti virtù, la libertà di espressione, ad uno strumento con cui destrutturare l'ordine liberale. Come sostiene Rauch (2020), il minare la "costituzione della conoscenza" non può che lasciare posto ad una retorica che non rispetta l'alterità e il pensiero critico, relegando ad una cecità epistemologica le persone. Dall'imperante vento del populismo che non scende a patti in un dibattito costruttivo fra eguali, alla cultura della cancellazione che dogmaticamente assurge determinati assunti e narrazioni in maniera del tutto acritica.

Non cedo al pessimismo come già ribadito, ritengo che la sfida per la tenuta dei sistemi democratici del futuro sarà quello di saper gestire l'informazione, e soprattutto nel rendere sempre più consapevoli e coscienti i cittadini nell'utilizzo delle piattaforme digitali.

Il mio intento è stato quello di indagare il fenomeno di comprendere come e perché siamo così fortemente soggetti a venire manipolati dalle informazioni, al di là di ogni nostra provenienza. Il risultato è stato quello di aver fatto luce solo ad una piccola parte del problema. Da ricercare ce ne sarebbe molto, e mi auguro che per me quest'elaborato sia solamente un punto di partenza e non un punto di arrivo.

BIBLIOGRAFIA

Abrams Dominic, Levine John. (2012). *The Formation of Social Norms: Revisiting Sherif's Autokinetic Illusion Study*, in. Smith J. R and. Haslam S. A, *Psychology: Revisiting the Classic Studies*. Sage Publications.

Ambroso Odoardo, Beulke Alessandro. (2019). *Click Propaganda. Come sfruttare il potere dei dati nella comunicazione politica*. LSWR. Milano.

Arielli Emanuele, Bottazzi Paolo. (2018) *Idee Virali: Perché si diffondono*. Il Mulino. Bologna.

Attali Jaques. (2022). *Disinformati. Giornalismo e libertà nell'epoca dei social*. Ponte delle Grazie. Milano

Bargh A. John, Chen Mark, Burrows Lara. *Automaticity of social Behaviour: Direct Effects of Trait construct and Stereotype Activation in action*, in "Journal of Personality and social Psychology. 71, 1996, pp.230-240

Berger L. Peter, Luckmann Thomas. (1969). *La realtà come costruzione sociale*. Il Mulino. Bologna

Berger Jonah. (2013). *Contagious*. Simon & Schuster. United States

Berger Jonah, Meredith Marc, Wheeler S. Christian. *Contextual Priming: Where People Vote Affects How They Vote*, in PNAS, 105, 2008, pp. 8846-8849.

Bernays L. Edward. (2008). *Propaganda. Della manipolazione dell'opinione pubblica in democrazia*. Fausto Lupetti Editore. Bologna.

- Bigazzi Francesco, Fertilio Dario, Germani Sergio. (2022) *Bugie di guerra*. Paesi. Roma.
- Bronner G erald. (2016) *La democrazia dei creduloni*. Aracne. Roma.
- Bowyer, J. Barton (1985). *La meravigliosa arte dell'inganno*. SugarCo.
- Buzzati Dino. (1945). *Il deserto dei Tartari*. Mondadori. Milano
- Calvino Italo. (1972). *Le citt  invisibili*. Mondadori. Milano
- Cavazza Nicoletta. (2018). *La persuasione*. Il mulino. Bologna.
- Cerullo Massimo. (2005). *Sociologia delle cornici: Il concetto di Frame nella teoria sociale di Erving Goffman*. Pellegrini editore. Cosenza
- Chiais Massimo. (2008). *Menzogna e Propaganda. Armi di disinformazione di massa*. Lepetti, Milano
- Coady David, Chase James (2019) *The routledge handbook of applied epistemology*. New York, NY
- D'Eramo Marco. (2020). *Dominio. La guerra invisibile dei potenti contro i sudditi*. Feltrinelli. Milano
- Dorato Mauro (2020). *Disinformazione scientifica e democrazia. La competenza dell'esperto e l'autonomia del cittadino*. Raffaello Cortina. Milano
- Gallino Luciano. (2006). *Dizionario di sociologia*. UTET. Torino
- Gettier, Edmund L. *Is justified true belief knowledge?*.in "Analysis", 23(6), 1963, pp.121-123.
- G er  François. (2011). *Dictionnaire de la Desinformation*. Armand Collin. Paris.

Gilbert Daniel T. *How mental systems believe*. In «American Psychological Association», Vol 46(2), February, 1991. pp. 107-119.

Gladewell Malcolm. (2000). *Il punto critico. I grandi effetti dei piccoli cambiamenti*. Milano Rizzoli

Goffman Erving. (1969) *L'interazione strategica*. Il Mulino. Bologna

Goffman Erving. (1974). *Frame Analysis*. Armando editori. Roma

Grossi Giorgio. (2004). *L'opinione pubblica*. Laterza. Roma

Goldman Alvin.I (2011) *A guide to social epistemology*, in: Goldman Alvin.I Whitcomb Donald, a cura di *Social epistemology. Essential readings*, New york, Oxford university Press, pp.11-37

Hovland Carl, Sherif Muzafir, *Social Judgment: Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change*. In *American Journal of Sociology*, Vol. 68 Issue 1, 1962, pp. 126–127.

Hovland Carl, Weiss Walter. *The influence of source credibility on communication effectiveness*, in “Public opinion quarterly”, n. 15, 1951, pp. 635-650.

Faina Mucchi Angelica, Pacilli Maria Giuseppina, Pagliaro Stefano. (2012) *L'influenza sociale*. Il mulino, Bologna.

Ferretti Gabriele, Caiani Zipoli Silvano. (2018) *Vedere e agire: Come occhio e orecchio costruiscono il mondo*. Il Mulino. Bologna.

Fischhoff Baruch, *Hindsight foresight: the effect of outcome knowledge on judgment under uncertainty*, «Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance», 1975, n. 1, pp. 288-299

Forer Bertram, *The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility*, «Journal of Abnormal and Social Psychology», vol. 44, 1949, pp. 118-123

Forgas Joseph P., Baumeister Roy F. (2019) *The Social Psychology of Gullibility Fake News Conspiracy Theory and irrational belief*. Routledge. NY

Frimer Jeremy, Skikta Linda, Motyl Matt, *Liberal and Conservatives Are similarly motivated to avoid exposure to one another's opinion*, in Journal of experimental social psychology, Vol 72, 2017, pp 1-12

Haidt Jonathan. (2013). *Menti tribali Perché le brave persone si dividono su politica e religione*. Codice edizioni. Torino.

Hassan Claudia, Pinelli Cesare. (2023). *Disinformazione e democrazia. Populismo, rete e regolazione*. Marsilio. Venezia

Heuer J. Richard Jr. (1999). *Psychology of Intelligence Analysis*, Center for the Study of Intelligence, CIA

Jones Edward, Nisbett Richard. (1971). *The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behaviour*. General Learning Press. New York

Kahan Dan, *Misconceptions, Misinformation, and the logic of identity-protective cognition*, in Cultural cognition project working paper Yale Law School Vol.164, 2017 pp. 6-7

Kahneman Daniel. (2011). *Pensieri lenti e veloci*. Mondadori. Milano

Kahneman Daniel, Fredrickson Barbara, Schreiber Charles, Redelmeier Donald. *When more pain is preferred to less: Adding a better end*, «psychological Science», n. 4,1993, pp. 401-405.

Kahneman Daniel, Rademeyer Donald, *Patients' Memories of Painful Medical Treatments: Real-time and Retrospective Evaluations of Two Minimally Invasive Procedures*, in «Pain», 66, 1996, pp. 3-8

Kramer Adam, Guillory Jamie, Hancock Jeffrey. *Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks*, in PNAS, 111, 24, 2017, pp 8788-8790.

Lakoff George. (2019). *Non pensare all'elefante. Come riprendersi il discorso politico*. Chiarelettere. Milano

Lenin Vladimir (2004). *Che fare?* Editoriale Lotta Comunista. Milano

Lippmann Walter. (2004). *L'opinione pubblica*. Donzelli. Roma

Loftus Elizabeth, Palmer Jhon, *Reconstruction of automobile destruction: An example of interaction between language and memory*, «Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior», vol. 13, 1974, pp. 585-589

Loftus Elizabeth, *Creating false memories*, «Scientific American», 1997, n. 277, pp. 70-75.

Lorusso Anna Maria (2018) *Post verità: fra reality TV, social media e storytelling*. Laterza. Roma

Marx Karl, Engels Fredrich. (2011). *Ideologia Tedesca*. Bompiani. Milano

Martin R. (2010) *Epistemology. A beginner's guide*. Oneworld. London.

Merton K. Robert (1968). *Teoria e struttura sociale III. Sociologia della conoscenza e sociologia della scienza*. Il Mulino. Bologna

Mario Mori, “*Controinformazione: la protezione dei processi decisionali del sistema-Paese*”, Research Paper dell'Istituto Gino Germani di Scienze Sociali e Studi Strategici, settembre 2016.

Motterlini M. (2010). *Trappole Mentali. Come difendersi dalle proprie illusioni e dagli inganni altrui*. BUR Rizzoli. Milano

Milgram Stanley (1967) *The small-world problem*, in *Psychology today*, 1, 1, Maggio 1967, pp 61-67

Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il cigno nero*. Il saggiatore. Milano

Nassib Nicholas Taleb. (2010). *Il letto di Procuste. Aforismi per tutti i giorni*. Il saggiatore. Milano

Nassib Nicholas Taleb. (2014). *Giocati dal caso. Il ruolo della fortuna nella finanza e nella vita*. Il saggiatore. Milano

Nicita Antonio. (2021) *Il mercato delle verità. Come la disinformazione minaccia la democrazia*. Il Mulino. Bologna

Nichols Tom. (2018). *La conoscenza e i suoi nemici. L'era dell'incompetenza e i rischi per la democrazia*. Luiss. Roma

Nietzsche Fredrich. (2016). *Su verità e menzogna in senso extra morale*. Adelphi. Milano

Nigris D. (2021). *Dinamiche dell'opinione. I nessi tra informazione, credenza e azione sociale*. Bonanno editore. Roma

Nisbett Richard, Caputo Craig, Legant Patricia, Marecek Jeanne, *Behavior as seen by the actor and as seen by the observer*, «*Journal of Personality and Social Psychology*», 1973, vol. 27, pp. 154-164

Orecchia A., Preatoni D. (2022) *Bufale, Fake news, Rumors e post-verità. Discipline a confronto*. Mimesis. Milano

Orwell George (1984) *La strada di Wigan Pier*. Milano. Mondadori

Salvaggiuolo Giuseppe. (2019). *Io sono il potere. Confessioni di un capo di gabinetto*. Feltrinelli. Milano.

Salganik J. Matthew, Dodds S. Peter, Watts J. Duncan (2006) *Experimental study of inequality and unpredictability in an artificial cultural market*, in *Science*, 211, 5762, pp 854-856

Salganik J. Matthew, Dodds S. Peter (2008) *Leading the herd astray: An experimental study of self-fulfilling prophecies in an artificial cultural market*, in *Social Psychology Quarterly*, 74, 4, pp. 338-355

Sgobba Antonio. (2020) *La società della fiducia*. IL Saggiatore. Milano

Sunstein Cass R., Kuran Timur, *Availability Cascades and Risk Regulation*, in «*Stanford Law Review*», 51, 1999, pp. 683-768.

Paniagua Esther. (2022). *Error 404. Siete pronti per un mondo senza internet?* Einaudi. Tornio

Piller Ingrid. (2017) *Intercultural Communication*. Edinburgh press university. Edimburgh.

Pisano Vittorio, “*Terrorismo e disinformazione*”, in *Per Aspera ad Veritatem: Rivista di Intelligence e di Cultura Professionale*, n. 21, settembre/dicembre 2001

Quattrociocchi W., Del Vicario M., Bessi A., Zollo F., Petroni F., Scala A., Caldarelli G., “*The spreading of misinformation online*”, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 2016, pp. 554-559

Quattrociocchi W. Vicini A. (2016) *Misinformation: guida alla società dell'informazione e della credulità*. Milano, Franco Angeli

Quattrocio W. Vicini A. (2018) *Liberi di crederci Informazione, internet e post-verità*. Torino, Codice edizioni

Rauch Jonathan. (2021). *La costituzione della conoscenza. In difesa della verità*. Castelvecchi. Roma

Rancière Jacques. (2011). *Ai bordi del politico*. Cornucopia. Napoli

Resnick Brian, *how politics breaks our brains and how we can put them back together*, in National Journal, 19 Settembre 2014

Rid Thomas. (2022) *Misure Attive. Storia segreta della disinformazione*. Luiss. Roma

Riva Giuseppe. (2018). *Fake News*. Il mulino. Bologna

Rothkopf David J. *When the buzz bites back*, "Washington Post", 11 Maggio 2003

Rosenfeld Sophia. (2019). *Democracy and Truth. A short History*. University of Pennsylvania Press. United States of America

Ross Lee, *The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process*, in L. Berkowitz (a cura di), *Advances in experimental social psychology*, Academic Press, New York 1977, vol. 10, pp. 173-220

Ross Lee, Uhlmann Luis Eric, Bastardi Anthony, *Wishful thinking: belief, desire, and the motivated evaluation of scientific evidence*, in *Psychological Science*, vol. 22, n. 6, 2011, pp. 731-732

Rubinelli Sara, Diviani Nicola, Fiordelli Maddalena. (2020). *Pensiero critico e disinformazione. Un problema contemporaneo*. Carrocci. Roma

Troianovski Anton, *"A Former Russian Troll Speaks: 'It Was Like Being in Orwell's World,'"* The Washington Post, February 17, 2018.

Tversky Amos e Kahneman Daniel. *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*, «Science», 1974, n. 185, 211, pp. 1124-1130.

Tversky Amos, Kahneman Daniel, *Availability: A heuristic for judging frequency and probability*, «Cognitive Psychology», 1973, n. 5, pp. 207-232

Tversky Amos, Brenner Lyle A., Koehler Derek J., *On the Evaluation of One-Sided Evidence*, in «Journal of Behavioral Decision Making», 9, 1996, pp. 59-70.

Tzu Sun. (2013). *L'arte della guerra*. Newton Compton editori. Roma

Vallauri Lombardi Edoardo. (2019). *La lingua disonesta. Contenuti impliciti e strategie di persuasione*. IL mulino. Bologna

Van Bavel Jay, Pereira Andrea, *The partisan brain. An Identity-based model of political belief*, in trends in cognitive sciences Vol.22, n.3, marzo 2018, p.218

Vohs D. Kathleen, *The Psychological Consequences of Money*, in «Science», 314, 2006, pp. 1154-1156.

Ypi Lea. Libera. (2022). *Diventare grandi alla fine della storia*. Feltrinelli. Milano.

Watzlawick Paul. (1976). *How Real is Real: Confusion, Disinformation, Communication*. Random House. New York

Weber Max (1948) *Il lavoro intellettuale come professione. Due saggi*. Einaudi. Torino

Whaley B. (2016). *Turnabout and Deception. Crafting the double cross and theory of outs*. Annapolis (MD), Naval institute press

Whaley B. Bowyer. (2017). *Cheating and Deception*. Routledge. London

Whaley B. (2016). *Textbooks of political-military counter deception*

Wu Tim. (2016). *The attention Merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Knopf.
New York