

La sfera emozionale della disinformazione

Dal pregiudizio di conferma all'eco chamber, dalla polarizzazione delle narrazioni alla loro strumentalizzazione

Iniziamo dall'espressione "fake news". Che cosa intendiamo per fake news?

Una comunicazione scorretta di un problema che è molto più complesso e più articolato, quale conseguenza dell'effetto della disintermediazione prodotto dai social e del suo impatto sul business model della informazione.

Le informazioni false ci sono sempre state anche nell'era della comunicazione analogica. Ciò che fa la differenza oggi è il mezzo in cui circolano che ne amplifica e velocizza la diffusione e, allo stesso tempo, rende alla portata di tutti smascherare il falso verificando i fatti e le fonti?

Il presupposto che il web e la diffusa accessibilità delle fonti rendano più semplice svelare le notizie false è una fake news. La rete e i social network hanno avuto un ruolo determinante nell'abbattere le barriere della fruizione dell'informazione: sono aumentate esponenzialmente la quantità di informazione e la velocità con cui si diffonde, ed è venuta meno la figura dell'intermediario e dell'esperto. La filiera della informazione è completamente cambiata: si è passati dal meccanismo dell'agenda setting in cui pochi professionisti selezionavano gli argomenti "notiziabili" alla condizione in cui tutti gli utenti stessi da un lato possono ricoprire il ruolo di emittenti dell'informazione e dall'altro hanno un ruolo determinante nella popolarità dei contenuti.

I vostri studi dimostrano che in questo ambiente ibrido si crea inevitabilmente una echo chamber. Ce lo può spiegare?

Su Facebook e Twitter prendono forma due narrazioni, quella ufficiale e quella populista più emotiva. L'utente tende a cercare l'informazione a supporto della narrazione che più lo aggrada e a ignorare la narrazione antagonista. E così si crea l'echo chamber, uno spazio nel quale le opinioni scambiate si confermano le une alle altre. Il determinante è la polarizzazione: più alta è la polarizzazione dell'argomento e più è probabile che si formi l'echo chamber. Abbiamo riscontrato che questa dinamica accomuna tutte le discussioni che avvengono online, dalla Brexit al referendum costituzionale fino ai vaccini.

Paradossalmente la rete non dovrebbe favorire la curiosità e con essa il superamento dei confini dei propri pregiudizi?

La rete favorisce la curiosità mettendo a disposizione una quantità di informazioni che prima non c'erano. Ma il fruitore di news sceglie più sulla base della propria emotività che della razionalità, andando alla ricerca involontariamente di quelle informazioni che più gli piacciono e che più gli danno fiducia: è il cosiddetto bias di conferma. Ciò che guida l'essere umano è un driver evolutivo e auto-conservativo che molto semplicemente cerca di soddisfare i propri bisogni i quali, anche



Intervista a
Walter Quattrociochi

Responsabile
Laboratory of
data science and
complexity

Università Ca' Foscari,
Venezia

per come si formano, hanno poco a che fare con il razionale. Pensare di poter superare il pregiudizio è un po' ingenuo perché siamo tutti, in un certo grado, esseri irrazionali. La possibilità di essere esposti a più punti di vista grazie alla rete sembra non fare altro che radicare le nostre posizioni invece che aprirci ad altri mondi.

Queste dinamiche favoriscono la proliferazione di notizie non verificate e contribuiscono a generare la disinformazione digitale...

Il problema non è la maggiore circolazione di informazioni false o prive di verifica

all'interno del circuito informativo, ma l'aumento della polarizzazione, cioè l'estremizzazione delle opinioni degli utenti, e l'uso strumentale che viene fatto delle discussioni sui temi importanti come per esempio la geopolitica e le questioni sociali. Siamo infatti in un contesto in cui gli utenti possono accedere alle fonti di informazioni che preferiscono, unirsi alle persone che condividono la loro posizione e insieme cooperare per strutturare e rinforzare la narrativa condivisa, non importa se l'informazione utilizzata dal supporto sia vera o falsa.

Non c'è modo di disinnescare questo meccanismo? Per esempio, non si può fare cambiare idee agli utenti dei social contrapponendo informazioni basate sui dati scientifici o correggendo notizie false per mezzo di dati?

Absolutamente no. Più alto è il coinvolgimento dell'utente sulla problematica, più alta è la resistenza. C'è chi propone di contrastare il problema delle fake news con attività di fact checking e di debunking, ma abbiamo evidenze empiriche che dimostrano come oltre a non risolverlo lo accentua-



Dalla postverità al postare la verità

La lunga ombra delle fake news sui social network

In principio era la tradizione orale, poi venne la carta stampata, ben più di recente la televisione, infine i social network. La diffusione di una qualsivoglia notizia è veicolata dall'utilizzo, consapevole o meno, che l'essere umano fa dei mezzi di comunicazione messi a disposizione dal periodo storico contingente. In questa prospettiva, se da un lato la pervasiva "big data era" sembra essere, rispetto al passato, un'inarrestabile e rapidissima generatrice di fake news, dall'altro è interessante sottolineare la natura digitale dei canali nei quali le notizie si propagano, ovvero social network e siti web.

I contenuti prodotti nel web possono diventare dati, analizzabili mediante opportune tecniche informatiche. Pertanto, per uno strano paradosso, se il web produce un numero macroscopico di (ci si augura non solo fake)

news in tempo reale, allo stesso tempo proprio questo processo permette che il fenomeno sia analizzabile quantitativamente.

Lo studio del Mit

È probabile che queste siano state le premesse con le quali è stata condotta un'interessante ricerca del Massachusetts Institute of Technology, pubblicata su *Science*, che si pone l'obiettivo di far luce sui meccanismi di propagazione di false notizie su una piattaforma web di interesse accademico e di ampio utilizzo soprattutto nel mondo anglosassone, quale Twitter¹.

Gli autori dell'articolo, con la collaborazione dell'azienda Twitter, hanno accuratamente

1. Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. *Science* 2018;359:1146-51.

no. L'istituzione di un sistema che distingue l'informazione falsa da quella vera o che smonta le argomentazioni contrarie attraverso delle prove andrebbe a creare un'ulteriore polarizzazione che come dicevamo è la causa stessa delle false informazioni: l'utente che aveva pregiudizi continuerà a rifiutare la figura istituzionale o giornalistica che diffonde una narrazione percepita come antagonista. Abbiamo una fake news che è una ripetizione sbagliata, abbiamo un antidoto a un problema sbagliato che neanche risolve quel problema, stiamo quindi creando una narrazione fake. Credo che sia irrealizzabile un controllo dei contenuti su internet né sia possibile limitare la libertà di espressione. Il problema da risolvere è la mancanza di fiducia negli organi istituzionali. Quello che gli utenti chiedono è una maggiore trasparenza: se la scienza è fatta bene non avrà paura di mettersi in discussione, urlare che è stato affermato il falso non farà altro che aumentare quella polarizzazione ormai radicalizzata.

Quindi la parola chiave è la trasparenza per recuperare la fiducia degli utenti...

Credo ma non ne ho la certezza.

Nel libro *Liberi di crederci* affermate che il dibattito sulle fake news sta diventando esso stesso una fake news. Dobbiamo credervi?

Il dibattito sulle fake news è in parte un atto strumentale per un establishment che fa fatica a integrarsi con i cambiamenti che avvengono a livello globale. Davanti al "supermercato dell'informazione" la risposta

Il problema non è la circolazione di informazioni false o prive di verifica ma l'estremizzazione delle opinioni degli utenti e l'uso strumentale che ne viene fatto.



Alessandro Rosa

Dipartimento di epidemiologia
Servizio sanitario regionale del Lazio
Asl Roma 1

esaminato circa 126 mila notizie in lingua inglese pubblicate sul social network da circa 3 milioni di utenti singoli tra il 2006 e il 2017, un arco temporale che copre la quasi totale esistenza della piattaforma. Si è ottenuto un dataset composto da tweet e retweet di 4,5 milioni di contributi. Le notizie estratte sono state suddivise in tre categorie (vere, false, parzialmente vere) sulla base della valutazione di sei organizzazioni indipendenti (si tratta della pratica di fact checking, ovvero il controllo incrociato, da parte di analisti super partes, delle notizie diffuse dai mezzi di comunicazione volto a misurarne l'attendibilità). Tra le analisi svolte, i ricercatori hanno misurato la probabilità con cui un tweet riesca a creare una cascata di retweet; hanno indagato le modalità con cui una notizia vera o falsa si diffonde tra gli utenti, verificando se le notizie false avessero propagazione differenziale per argomento trattato; mediante specifici algoritmi, hanno verificato se una maggior predisposizione al retweet fosse attribuibile ad account riconducibili a persone reali oppure a profili automatizzati, i cosiddetti "bot".

In sintesi, i principali risultati sono i seguenti: un'informazione falsa è più probabile che sia retwitata rispetto a una vera e avrà una diffusione maggiore (e più in profondità,

più intelligente è stata quella di etichettare con un bollino le persone più brave a verificare le informazioni. Questo è un paradosso mostruoso, nonché molto ignorante. Da tempo abbiamo superato il positivismo: sappiamo che la realtà è articolata e complessa e che la scienza stessa evolve secondo il criterio di falsificabilità e non per induzione. Quindi proporre qualcuno che si metta sul trespolo per giudicare cosa è vero e cosa è falso – data a monte una realtà così incerta – è una contraddizione: primo per l'impossibilità di "certificare" questioni complesse; secondo perché questa pretesa, a mio avviso, è in un certo qual modo strumentale a mantenere condizioni pregresse che ormai non sono più riconosciute. Come dicevo abbiamo perso l'autorevolezza delle istituzioni e invece di recuperarla costruendo un rapporto di fiducia con gli utenti si ricorre al dogmatismo. Proporre la scienza sulla base di un dogmatismo che si pretenderebbe "scientifico" è una contraddizione in termini.

Secondo Evgeny Morozov le fake news si collegherebbero alle questioni di potere dei grandi media company della Silicon Valley, e per contrastare il "mercato" delle fake news dovremmo combattere il capitalismo digitale. Condivide la posizione del sociologo bielorusso?

Il fenomeno delle fake news è un fenomeno embedded nell'essere umano che ha bisogno di informazioni che completino la sua visione parziale sulla realtà: è un meccanismo cognitivo. Quando vivevamo nelle caverne e sentivamo i fulmini non avevamo cognizione dell'elettrostatica ed era più facile pensare che fosse Zeus arrabbiato con noi. Di fronte a questi meccanismi molto complessi e articolati in cui non esiste un processo di evoluzione lineare è facile pensare che sia colpa di qualcuno. Ma chi pro-

pone queste soluzioni mette in atto gli stessi meccanismi che vuole combattere. Decidere di combattere le fake news chiudendo i social sarebbe come cercare di svuotare il mare con un bicchiere.

“Serve ricostruire la fiducia tra le istituzioni e gli utenti.

Quale soluzione allora?

Noi stiamo conducendo degli studi per monitorare le dinamiche della polarizzazione ed eventualmente per capire come abbassarla. Abbiamo già raccolto dei primi segnali ma servirà ancora del lavoro per poter arrivare a dei risultati definitivi. La questione è che il pregiudizio di conferma è un nostro meccanismo innato di difesa che non possiamo di certo modificare. Dovremmo quindi da un lato puntare alla formazione dei cittadini, a partire dalla scuola, per sviluppare una maggiore capacità di discernimento sulle informazioni veritiere attraverso lo studio della logica e del pensiero formale, dall'altro progettare una comunicazione più efficace.

Per concludere, considera la verità un'utopia?

Quello della verità è un concetto profondo molto dibattuto. Il modo di vedere la realtà si basa su percezioni e queste percezioni sono a loro volta influenzate dal nostro sistema cognitivo che non è esente da bias, scorciatoie ed errori. Possiamo cercare di correggerci riconoscendo però i nostri limiti cognitivi. L'idea che l'essere umano possa avere un accesso completo alla verità è un po' utopistica. Pensare che esistano per ogni cosa delle verità assolute è un'assunzione forse errata e in totale contrapposizione con il metodo scientifico che ci porta a conoscere la realtà. Il concetto fondativo della scienza è l'incertezza, il dubbio. F

ovvero attraverso più contatti) rispetto a una vera. La probabilità di retweet è più alta per contenuti giudicati, dagli utenti, nuovi e insoliti. Una notizia certificata come vera si propaga raramente per più di 1000 account, mentre l'1 per cento delle fake news di maggior rilevanza mediatica ne raggiunge fino a 100.000. Rispetto ai macro-temi, le falsità più virali fanno riferimento al contesto della politica. Ultimo ma non per importanza, un apposito algoritmo ha rivelato che i principali responsabili della diffusione di notizie false siamo, sorprendentemente, noi, utenti reali. I bot, al contrario, diffondono a velocità costante tutte le news, indipendentemente dal fatto che siano o meno fake.

Influencer (in)consapevoli

La disinformazione presente in Twitter viene quindi alimentata da noi utenti, le pulsioni che suggeriscono i meccanismi di propagazione sono prettamente umani. Le ripercussioni, nella vita reale, di tali comportamenti sono un problema forse sottovalutato, complesso, di non semplice inquadramento. Le notizie false che diventano virali in quanto auto-confermative dei nostri preconcetti, spinte dall'onda emozionale del sensazionalismo, senza verifica di oggettività, posso-

no come estrema conseguenza confondere l'opinione pubblica, orientare scelte elettorali, delegittimare gratuitamente personalità e istituzioni, banalizzare persino il dibattito scientifico. In una parola, destabilizzare. Basti pensare, per quanto riguarda il caso dell'Italia, alla diatriba del virologo Burioni versus sostenitori anti-vax intorno al delicato tema di salute pubblica dei vaccini. Altro paradosso dei tempi, le fake news possono rappresentare un problema nel breve termine persino per le stesse piattaforme web. Aziende come Twitter e Facebook sono quotate in borsa e la talvolta poco limpida attività di influencer propagatori di fake news può creare, per esempio, un danno di reputazione del servizio stesso.

Intraprendere azioni volte a limitare la diffusione di falsità ha una valenza in primis culturale e va ben oltre la semplicistica demonizzazione di internet e dei social network; l'azione di contrasto richiede una profonda riflessione strategica da parte di decisori politici, mondo accademico e aziende, oltre a un imprescindibile (facile a dirsi) cambio di paradigma da parte della società civile nell'approccio critico alla notizia. Combattere la postverità nello stesso terreno in cui oggi viene alimentata, retwitando i risultati dello studio? Può essere un punto di inizio. F