



UNIVERSITÀ DI PISA

LAUREA MAGISTRALE IN
INFORMATICA UMANISTICA

SEMINARIO DI CULTURA DIGITALE A.A. 2016/17

*Fact-checking: come informarsi nell'era della
post-verità*

Laura Turriani

Matricola:503711

Sommario

*Cos'è il fact-checking, dove è nato e come si è sviluppato nel corso negli anni, con
l'avvento del web 2.0 e delle nuove tecnologie*

Indice

1.	INTRODUZIONE	3
2.	QUANDO NASCE REALMENTE IL TERMINE FACT CHECKING	4
3.	WEB, TECNOLOGIE E FAKE NEWS	5
4.	TENTATIVI DI INTERVENTO LEGISLATIVO	12
5.	OLTRE LA VERITA'	13
5.	CONCLUSIONE	17
6.	BIBLIOGRAFIA	18

FACT CHECKING

1. Introduzione

Il termine “*Fact-checking*” è di origine anglosassone e indica la cosiddetta *verifica dei fatti*, ovvero l'accertarsi della veridicità di fatti e notizie, attraverso la raccolta e il confronto delle fonti.

Negli USA questa pratica è largamente impiegata da anni in ambito giornalistico, le notizie infatti prima di essere pubblicate su giornali, via web, in tv ecc., vengono controllate scrupolosamente da alcuni addetti.

Oggi giorno viviamo in una società in cui ogni persona è sottoposta ad innumerevoli informazioni, immagini, notizie, ecc., di cui una gran parte non è veritiera.

Le notizie false sono sempre circolate nel corso dei secoli, ciò che fa la differenza è il mezzo con cui esse sono veicolate: un tempo la differenza fra comunicazione “faccia a faccia” fra persone e quella “mediata” stava nel fatto che la prima era immediata, mentre nella seconda il messaggio inviato dall'emittente impiegava del tempo prima di raggiungere il destinatario.

Oggi questa distinzione non esiste più: i mass media moderni godono di istantaneità. Specialmente con l'avvento del web 2.0 i tempi di pubblicazione di informazioni e notizie sono pressoché azzerati: un titolo scritto in modo poco chiaro, impreciso o di fretta, o una notizia totalmente inventata possono diffondersi in un istante su reti social, blog, cellulari raggiungendo un numero molto elevato di persone, favorendo la creazione di pregiudizi e provocando sofferenza in determinate persone.

Bisogna essere coscienti del fatto che la verità, non è quasi mai definita in maniera assoluta, a causa delle sue infinite sfaccettature; nonostante essa possa essere il più verosimile possibile, viene sempre filtrata, anche se minimamente, attraverso la prospettiva di qualcuno.

È possibile ottenere l'informazione più veritiera possibile, solo attraverso il confronto e la raccolta delle fonti, così da poter escludere ciò che risulta poco credibile o totalmente manipolato, diffondendo in questo modo il minor numero di “bufale” all'interno della rete.

Nel corso degli anni si sono mossi numerosi gruppi e associazioni per contrastare il fenomeno di diffusione delle notizie false e muovere l'opinione pubblica, affinché tutti abbiano gli strumenti per saper riconoscere il vero dal falso.

2. Quando nasce realmente il termine fact-checking?

Nel 1923 i due giornalisti Henry R. Luce e Briton Hadden, fondarono *Time*, un periodico il cui scopo era quello di fornire notizie brevi e chiare, che aggiornassero i lettori sui fatti del mondo. Nella redazione del giornale nacque il primo dipartimento finalizzato alla verifica dei fatti, composto nella maggior parte da donne.

La verifica dei fatti negli Stati Uniti ha iniziato a diffondersi a partire dalla guerra del Vietnam, e soprattutto durante la presidenza di Reagan iniziata nel 1981, infatti alcune testate iniziarono a mettere in discussione e a controllare, oltre alle generiche notizie pubblicate quotidianamente, le dichiarazioni del presidente riguardo alla crescita del Pil, del tasso di occupazione e altre affermazioni che si occupavano di temi importanti inerenti il Paese.

Negli anni 80 quasi tutte le redazioni americane erano dotate di addetti al controllo delle notizie: *“Il fact-checker leggeva accuratamente l’articolo da pubblicare e segnava tutti i dati e i fatti che avevano bisogno di una verifica indipendente. Si faceva poi consegnare i materiali utili dall’autore – registrazioni audio, appunti, nomi delle fonti – e procedeva per settimane, a volte mesi a spuntare a fianco del testo, uno per uno, i dati confermati.”*¹

Negli anni 90 i quotidiani attraversarono una profonda crisi delle vendite, causata in parte dalla diffusione di internet. Vi furono numerosi tagli all’interno delle redazioni: i primi a rimetterci furono i dipartimenti che si occupavano del *fact-checking*.

Negli anni duemila avviene una sorta di rinascita del *fact-checking*: l’avvento di Internet ha rivoluzionato completamente il suo funzionamento per cui risulta molto più semplice confrontare le fonti ed avere accesso alle notizie.

Attualmente non viene più controllata ogni notizia che contenga fatti o dichiarazioni, ma ci si concentra soprattutto sulle dichiarazioni politiche più rilevanti per l’opinione pubblica; infatti iniziano a nascere negli anni duemila le prime piattaforme online che si occupano della verifica delle più emblematiche dichiarazioni politiche sia negli Stati Uniti che in Europa.²

¹ http://www.agi.it/fact-checking/2017/04/01/news/storia_fact_checking-1641016/

² Maistrello S., *Fact Checking : dal giornalismo alla rete*, Milano, Feltrinelli, 2013

3. Web, tecnologie e fake news

“Just because you read it on Facebook or somebody’s blog or in an email from a friend or relative doesn’t mean it’s true”

Nell’era digitale diviene sempre più importante la verifica delle fonti e dei fatti diffusi, specialmente se avviene attraverso i mezzi di comunicazione di massa, poiché capaci di muovere l’opinione pubblica molto velocemente.

Con l’avvento del web 2.0 la possibilità di diffondere notizie false e non, è aumentata notevolmente: pubblicare informazioni e contenuti è semplice, veloce e soprattutto alla portata di tutti, mentre la verifica, anche da parte di professionisti, richiede ore.

L’*European Journalism Centre* ha recentemente pubblicato *“Verification Handbook* , un ebook reso disponibile online gratuitamente e tradotto in diverse lingue.

Gli autori presentano questo manuale come un libro che deve essere letto obbligatoriamente da qualsiasi giornalista, affinché sappia riconoscere il materiale autentico da quello falso e possa usufruire in maniera corretta dei social media. *“Il nostro lavoro non è ripetere a pappagallo quanto raccontano le nostre fonti, bensì metterle in dubbio, fare controlli incrociati tra quanto ci propongono loro e altre fonti affidabili, estirpare dal nostro lavoro (prima venga pubblicato, mappato o trasmesso) gli elementi falsi o non adeguatamente verificati”*³.

Esistono inoltre delle piattaforme italiane finalizzate al *fact-checking* :

- **Ahref**: piattaforma di tipo collaborativo che consente, dopo previa registrazione, di verificare la veridicità dei fatti diffusi attraverso i media, mediante controlli su fonti e documenti non citati. Gli utenti possono segnalare errori e arricchire le informazioni con ulteriori documenti, grazie ad un’attiva partecipazione, acquisiscono un punteggio sempre maggiore, che conferisce loro credibilità all’interno della piattaforma. Il *Corriere della Sera* si è mosso per promuovere questa attività di controllo sui suoi articoli online, infatti *“Ogni giorno verranno suggeriti alcuni articoli di Corriere.it sui quali sarà possibile effettuare il fact-checking, segnalando eventuali imprecisioni o fornendo ulteriori spunti”*.⁴

³ http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_it.pdf

⁴ http://www.corriere.it/cronache/12_ottobre_23/lettori-controllo-fatti_c3610796-1cd3-11e2-99b8-aac0ed15c6ac.shtml

- **Pagella Politica:** sito italiano nato nel 2012 che si propone di controllare la veridicità delle dichiarazioni dei principali esponenti politici italiani, attraverso il confronto con fonti e documenti sempre citati. La pagina permette inoltre agli utenti di inviare dichiarazioni da far analizzare.

L'AGI (*agenzia giornalistica Italia*), ha inserito sulla propria pagina web dall'inizio del 2017 una sezione dedicata al *fact-checking*, in collaborazione con lo staff di *Pagella Politica*, con lo scopo di "sperimentare quanto le dichiarazioni dei politici, le grandi questioni internazionali e finanche i numeri che quotidianamente i media raccontano siano più o meno vicini alla rappresentazione dei fatti"; questa infatti si propone di cercare ed avvicinarsi quanto più possibile alla verità, seppur mai assoluta e dalle mille sfaccettature, imparando a "separare i fatti dalle opinioni".

Questo tipo di verifica richiede ore di lavoro e la ricerca di numerose fonti con cui confrontarsi, per raggiungere infine un risultato che è il più vicino possibile alla verità, solo a questo punto verrà pubblicato via web, radio, tv ecc.⁵

Nel 2016 è nata in Italia *Factcheckers.it*, un'associazione composta da sviluppatori, giornalisti ed esperti nel campo, che si impegnano nella diffusione della "cultura della verifica delle fonti tra studenti, docenti, organizzazioni educative", fornendo anche materiale (cartaceo e non) a scopo didattico affinché si insegni come controllare le fonti e si ostacoli la diffusione delle notizie false.

Lo scorso 2 aprile 2017 si è tenuto il *Fact-checking day*: in questa giornata si sono tenuti eventi e workshop in tutto il mondo, volti all'educazione al riconoscimento di notizie false. A Milano l'associazione *Factcheckers* ha organizzato degli incontri con alcuni esperti per i ragazzi fra i 15 e i 18 anni, a cui è stato insegnato attraverso quiz e lezioni interattive come riconoscere la veridicità di notizie, immagini, account social e testate giornalistiche.

Sky insieme a *Factcheckers* ha pubblicato un quiz online in occasione del *Fact Checking day*, volto a testare le abilità dei più giovani nel riconoscere le notizie false e aiutarli nell'individuare quali elementi possono essere usati per mettere in discussione i contenuti, infatti " Negli ultimi anni sono arrivati diversi strumenti che permettono di capire se una notizia è attendibile o no: dai

⁵ http://www.agi.it/blog-italia/marco-pratellesi/2017/02/05/news/che_cosa_abbiamo_imparato_nei_primi_due_mesi_di_fact-checking-1453266/

*motori di ricerca settoriali alle icone per identificare gli account “verificati”, passando per la ricerca inversa sulle immagini o i siti che catalogano centinaia di “bufale” virali”.*⁶

Sono maggiormente numerose le piattaforme e gruppi non italiani che si occupano di *fact-checking*, alcune delle piattaforme più popolari sono le americane **FactCheck.org**, della University of Pennsylvania e **Politifact.com**, nata nel 2009.

Il progetto **First Draft News** è costituito da una coalizione di siti di informazione, che hanno come scopo la raccolta di informazioni per il controllo dei contenuti pubblicati dagli utenti online.⁷

Non mancano però le critiche al *fact-checking*, alcuni lo ritengono inutile, debole, anche a causa della cosiddetta “*Filter Bubble*”, un algoritmo operante sui maggiori social network (soprattutto su Facebook), che filtra i contenuti a seconda dei nostri interessi, facendoci vedere solo ciò che ci aggrada, evitando ciò che ci potrebbe non interessare o dare fastidio. Una realtà racchiusa in una bolla, che limita la percezione dell’esterno e quindi il confronto con il “diverso”.⁸ Risulta infatti più semplice rimanere nelle nostre posizioni, seppur consapevolmente erranee, che abbattere i muri delle nostre convinzioni, rafforzate sempre di più da questi “filtri digitali”.

Il 3 agosto 2017 Facebook con un comunicato ufficiale introduce un ulteriore passo verso l’evoluzione del *fact-checking* sul social, forse resosi conto delle falle del precedente algoritmo di filtraggio delle notizie, comunica che oltre a mostrare sotto agli articoli letti, quelli simili o collegati, tramite intelligenza artificiale aggiornata, verranno segnalate le notizie potenzialmente false che saranno poi sottoposte ad una verifica da terze parti. Una volta controllate, sotto l’articolo originale saranno inseriti articoli di *Debunking* (che cercano di argomentare e spiegare il perché della falsità di alcune news), i risultati delle verifiche dei fatti e gli elementi che vengono contestati.

Per adesso questo rafforzamento del controllo delle notizie verrà attivato solo in Francia, Germania, Olanda e Stati Uniti. In Germania si teme che le prossime elezioni di settembre possano essere influenzate da “bufale” diffuse online e quindi alterare l’esito del voto.⁹

Dal 6 all’8 aprile 2017 Facebook ha messo a disposizione dei propri utenti di ben 14 paesi, una sorta di decalogo a scopo educativo, che insegna come riconoscere le fake news; questo

⁶ <http://tg24.sky.it/mondo/2017/03/28/quiz-factchecking.html>

⁷ <https://firstdraftnews.com/about/>

⁸ http://www.huffingtonpost.it/eugenio-maddalena/social-media-perche-la-filter-bubble-e-un-problema-di-algoritmo_b_9794546.html

⁹ <https://newsroom.fb.com/news/2017/04/news-feed-fyi-new-test-with-related-articles/>

strumento aiuta a limitare la condivisione e quindi la diffusione delle bufale all'interno del social ed è stato presentato in anteprima a Perugia, durante il *Festival Internazionale del Giornalismo*.

Campbell Brown, responsabile News partnership del social network, ha spiegato infatti che Facebook non guadagna da queste notizie false, ma soltanto “*quelli che le pubblicano, attraverso la pubblicità*”.¹⁰ Ha inoltre affermato che il primo obiettivo da raggiungere è quello di ridurre la visibilità e quindi la notorietà di tali notizie, senza censurarle, così da non limitare la libertà di espressione.

Il passo più importante è controllare l'Url della pagina web, così da escludere subito le pagine non verificate; sollecita inoltre l'utente a non fidarsi dei titoli, a ricercare le fonti e controllare l'attendibilità dell'autore, a fare caso all'impaginazione delle notizie, a notare immagini e date potenzialmente ritoccate, a fare un confronto con altre testate cercando di capire se la notizia possa essere uno scherzo o intenzionalmente falsa.

Il Social si sta inoltre impegnando nello sviluppo di strumenti che permettano il rilevamento di notizie false e quindi la segnalazione di queste, con un bollino rosso.

È nato anche il *Facebook Journalism Project*, a cui hanno aderito piccole e grandi testate giornalistiche, mettendo a disposizione dei professionisti il *CrowdTangle*, un potente strumento di analisi dei social ed esso ha collaborato con l'azienda no profit già sopra citata, *First Draft*, che si impegna nel miglioramento della metodologia di segnalazione e condivisione di contenuti online.¹¹

Il team del *CSSLab (Laboratory of Computational Social Science)* di Lucca, che si occupa dello studio del comportamento umano per la creazione di modelli computazionali per capire, anticipare e controllare i fenomeni sociali di massa, guidato *Walter Quattrociocchi*, ha condotto una ricerca dal 2010 al 2014 su le fake news e la loro influenza sugli utenti di Facebook; il lavoro è stato recentemente pubblicato online dal *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, ed è stato ripreso da numerose testate giornalistiche internazionali (*Daily Mail, Der Spiegel, Washington Post*).

I risultati di tale ricerca portano alla conclusione che coloro che seguono teorie complottistiche o sono convinti della veridicità di notizie false, resteranno della loro opinione nonostante i tentativi di *debunking*. Risulta più utile invece cercare di prevenire la diffusione di queste notizie e provare a capire quale bacino di utenza andranno a colpire maggiormente. Ciò è stato fatto dal team che

¹⁰ <http://www.lastampa.it/2017/04/06/tecnologia/idee/da-facebook-un-decalogo-per-riconoscere-le-notizie-false-ofaqAqPrCeKsZSfWxxwyoN/pagina.html>

¹¹ <https://focustech.it/facebook-news-il-nuovo-decalogo-per-riconoscere-le-notizie-false-140248>

ha analizzato l'interazione degli utenti social con dei post (50.220 pubblicati su 83 pagine Facebook di tipo scientifico, 330 pagine "complotte" e 66 dedicate al debunking).

Lo studio del *CSSLab*, grazie alla raccolta di grandi quantità di dati, ha portato alla creazione di un modello matematico riguardo la diffusione di informazioni sulla rete.

Le pagine di debunking, secondo la ricerca, risultano essere controproducenti: non solo non convincono gli utenti ad abbandonare le loro teorie, ma li spingerebbero a rafforzarle e a usarle come argomentazione a sostegno delle proprie credenze. Inoltre vengono rilevate delle "casse di risonanza", specialmente sui social, che rendono ancor più difficile agli utenti, il poter superare i propri pregiudizi e convinzioni, poiché viene proposto loro una tipologia di informazione che rafforza e segue la linea di quella già presente nella propria mente, e perché essi tendono a credere solo alle informazioni condivise da coloro che vengono identificati come "simili" (appartenenti alla stessa camera di risonanza).¹² Quattrocioni afferma inoltre che le diverse fazioni all'interno di Facebook tendono a polarizzarsi in maniera estrema, senza possibilità di discussione e di compromessi, ciò va a rinforzare ulteriormente la polarizzazione e le credenze del "complotte".

Gli utenti che sostengono teorie complottiste e cospirazioniste risultano essere molto più attivi che gli altri, commentando spesso le notizie e i post, cercando di convincere quanto più possibile le altre persone.

A seguito degli studi condotti, nel dicembre 2015 il *Washington Post* ha chiuso infatti la sua sezione dedicata al debunking delle "bufale", ritenendola non sufficientemente efficace.

Per tutti questi motivi è importante conoscere come combattere la disinformazione che circola sul web, con tutti i mezzi possibili.

Uno studio condotto a Warwick (Inghilterra) e pubblicato sulla rivista *Cognitive Research: Principles and Implications*, riguarda la capacità delle persone di riconoscere immagini "autentiche" da immagini manipolate.

Il primo test di questa analisi ha coinvolto 707 persone e ha evidenziato come si riesca a riconoscere un'immagine modificata 6 volte su 10.

¹² http://www.repubblica.it/tecnologia/2017/07/27/news/combattere_le_bufale_non_sempre_giova_alla_scienza-171759049/

Generalmente quindi siamo capaci di riconoscere il 60% delle immagini alterate; nonostante ciò il risultato non è stato ritenuto soddisfacente dai ricercatori. Solo il 45% delle persone coinvolte è riuscito ad individuare quale fosse esattamente l'elemento manipolato all'interno delle immagini. Un secondo test che ha coinvolto 659 persone, chiedeva di trovare l'elemento modificato anche se fossero state convinte che non ve ne fossero; l'abilità di trovare l'elemento modificato saliva fino al 65%.

Secondo Sophie Nightingale, coordinatrice della ricerca, gli individui tendono a fidarsi in maniera eccessiva di ciò che mostrano le immagini, affermando che probabilmente il sistema visivo umano è troppo limitato per riconoscerne le alterazioni.

Ciò è rischioso in un'epoca in cui siamo letteralmente bombardati da stimoli visivi e in cui ognuno può alterare immagini e diffondere notizie false.

Un'azienda canadese, Lynebird, è riuscita a creare un algoritmo capace di clonare il timbro vocale delle persone; due centri universitari (uno inglese e uno americano) stanno inoltre lavorando ad un algoritmo capace di creare video falsi, ma che risultano essere completamente verosimili e credibili. Queste nuove tecnologie rendono veramente arduo il riconoscimento di alterazioni della realtà e l'individuazione delle false notizie.¹³

Nel nostro paese, purtroppo dilaga un altissimo tasso di *analfabetismo funzionale*, cioè l'incapacità di riuscire a comprendere anche un semplice testo: sono coloro che *“che non sono in grado di capire il libretto di istruzioni di un cellulare o che non sanno risalire a un numero di telefono contenuto in una pagina web se esso si trova in corrispondenza del link “Contattaci” ...”*¹⁴.

In Italia circa il 47 % delle persone può essere definito come analfabeta funzionale, in Europa siamo tra i peggiori, secondi solo alla Turchia; lo rivela uno studio condotto nel 2009 dall' *Human Development Reports*, tra le nazioni appartenenti all' *Ocse* (l'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico).¹⁵

Altri studiosi ipotizzano che la percentuale di analfabetismo funzionale sia invece molto più alta (fino all'ottanta per cento per il linguista Tullio De Mauro).

¹³ http://www.repubblica.it/tecnologia/2017/07/18/news/immagini_false_solo_il_60_sa_riconoscerle_in_rete-171009707/

¹⁴ <http://espresso.repubblica.it/inchieste/2017/03/07/news/analfabeti-funzionali-il-dramma-italiano-chi-sono-e-perche-il-nostro-paese-e-tra-i-peggiori-1.296854>

¹⁵ <https://web.archive.org/web/20101212113216/http://hdrstats.undp.org/en/indicators/109.html>

Una classifica pubblicata dall'Ocse, riguardo alle competenze degli individui adulti posiziona l'Italia all'ultimo posto: risulta essere ultima nelle capacità di lettura e penultima nella matematica e nella risoluzione di problemi in ambienti tecnologici.¹⁶

Un analfabeta funzionale, secondo il rapporto pubblicato dall'Ocse, non è capace di *“comprendere, valutare, usare e farsi coinvolgere con testi scritti per intervenire attivamente nella società, per raggiungere i propri obiettivi e per sviluppare le proprie conoscenze e potenzialità”*.

Le capacità degli Italiani inoltre risultano variare notevolmente dal Nord al Sud, gli adulti migliori risultano quelli residenti al Nord-Est e al Centro.

Questo fenomeno è una delle maggiori cause della diffusione di “bufale” sul web: gli analfabeti funzionali, non avendo sviluppato un pensiero critico e non avendo la piena capacità di comprensione di un qualsivoglia testo, anche semplice, non riescono a scernere la realtà dalla finzione, diffondendo così ogni cosa che passa loro sotto gli occhi. Sono innumerevoli le informazioni giornalieri con cui è “bombardato” ciascun individuo che si connette al web.

Il noto motore di ricerca *Google* ha recentemente annunciato l’inserimento di un’etichetta “fact-check” all’interno dell’applicazione *Google News*: accanto ai risultati delle ricerche ci sarà un simbolo che starà ad indicare se la notizia è vera o meno, in modo da contrastare la disinformazione online.

L’iniziativa è partita nell’ ottobre 2016 da *Google.com* e *Google.co.uk*, le notizie dotate di etichetta erano segnalate come notizie controllate e che quindi risultavano positive alla verifica dei fatti. Queste notizie saranno quindi visibili fra i risultati di ricerca e sarà possibile vedere inoltre da chi la notizia è stata controllata: pertanto potrebbe risultare non conforme ai criteri di verifica dei fatti stabiliti da Google, anche se segnalata come veritiera oppure più fonti potrebbero arrivare a conclusioni diverse riguardo la stessa notizia.

Gli editori devono inoltre utilizzare uno speciale *markup* all’interno delle notizie pubblicate dai vari siti di informazione: se non vengono rispettati i criteri imposti dal motore di ricerca, questo può decidere di segnalare con un bollino rosso la notizia e quindi evidenziarne la scarsa attendibilità a prescindere dal fatto che la notizia sia attendibile o meno.¹⁷

Malgrado queste incongruenze, Google permette comunque agli utenti di visualizzare, esaminare e formarsi un’opinione sui fatti in maniera più veloce e semplice.

¹⁶ http://www.isfol.it/piaac/Rapporto_Nazionale_Piaac_2014.pdf

¹⁷ <http://www.lastampa.it/2017/04/07/tecnologia/news/google-segnaler-le-notizie-verificate-con-letichetta-fact-check-sPC9Zel19i0oQALp6r3CVN/pagina.html>

4. Tentativi di intervento legislativo

In Italia è stata portata solo di recente in senato, dopo la raccolta di firme proposta dalla presidente della Camera, Laura Boldrini, la proposta di legge contro le notizie false, uno dei primi tentativi volti a combattere la diffusione delle *fake news all'interno del web*.

Il decreto di legge S. 2688 sulla "prevenzione della manipolazione dell'informazione online", di cui la prima firmataria è Adele Gambaro, prevede che chiunque voglia aprire una pagina web, un blog, un forum o qualsiasi altro tipo di pagina che diffonde contenuti, debba prima inviare tramite posta elettronica certificata, le proprie informazioni personali alla sezione per la stampa e l'informazione del tribunale territorialmente competente.

Il disegno di legge discrimina tra giornalisti professionisti e utenti comuni: la normativa infatti viene applicata solo ai semplici cittadini, la prima categoria non solo è già sottoposta a leggi deontologiche, ma viene ritenuta "immune" dalla diffusione di notizie false.

Ai blog e alle pagine non "professionali" vengono applicate sanzioni da 300 a 5 mila euro nel caso esse pubblichino notizie false o tendenziose.

Vengono esortati inoltre i gestori delle pagine e piattaforme web a monitorare costantemente i contenuti su di esse pubblicate, cancellando laddove compaiano, contenuti non appropriati.

La Germania ha preceduto il nostro paese con una legge proposta dal ministro della Giustizia Heiko Maas durante le scorse elezioni, che sanziona pesantemente con multe fino a 50 milioni di euro, le aziende che diffondono sui social notizie false, discriminanti, che incitano all'odio o al compimento di reati penali e che non le rimuovono entro 24 ore dall'avviso.

La legge rischia di trasformarsi in una sorta di meccanismo di censura, ritenendo colpevoli i gestori delle piattaforme dei contenuti pubblicati da altri utenti. Inoltre la legge è in contrasto con la dichiarazione congiunta firmata poco tempo prima a Vienna dal Relatore speciale delle nazioni unite, dal responsabile per la libertà dei media dell'Ocse, dal relatore speciale per la libertà di espressione dell'Organizzazione degli Stati americani e da quello della Commissione africana per i diritti umani.

Infatti secondo questi ultimi, gli intermediari non dovrebbero pagare per ciò che viene pubblicato dagli utenti, a meno che non si oppongano all'eliminazione o contribuiscano anch'essi alla pubblicazione.

Non sono mancate le proteste da parte di alcuni colossi della *Silicon Valley* e da parte di associazioni che si battono per la libertà di espressione su internet, le quali vedono nel decreto una limitazione alle proprie libertà.¹⁸

5. Oltre la verità

Creare notizie a tavolino è diventato ormai un business sul web che attira molte persone, esistono infatti numerosissime pagine che si spacciano per siti di informazione, spesso copiando e distorcendo il nome di siti web noti, così da poter ingannare i lettori meno attenti (ad esempio la pagina *Liberogiornale*, che prende i nomi del quotidiano *Libero* e de *Il Giornale*).

Queste pagine di fake news, sfruttano i meccanismi del *Pay for click*, ovvero traggono i loro guadagni dall'inserzione di numerose pubblicità al loro interno, che vengono monetizzate ogni volta che un utente clicca sulle sponsorizzazioni.

Gli articoli falsi usano solitamente titoli che colpiscono e catturano immediatamente l'attenzione del lettore e suscitano in lui forti emozioni; così facendo distolgono l'utente dalla verifica dei fatti e quindi dal controllo delle fonti.

Questi siti web si appellano alla cosiddetta *post-verità*, ovvero un' "*Argomentazione, caratterizzata da un forte appello all'emotività, che basandosi su credenze diffuse e non su fatti verificati tende a essere accettata come veritiera, influenzando l'opinione pubblica*".¹⁹

Nel 2016 l'*Oxford Dictionary* ha eletto come parola dell'anno proprio questo termine (*post-truth*) per sottolineare questo fenomeno sempre più diffuso del dare più credibilità a ciò che ci colpisce emozionalmente, rispetto ai fatti reali.

Secondo molti studiosi ciò avrebbe contribuito alla vittoria delle elezioni di Trump ed è stato richiamato numerose volte durante la campagna referendaria della *Brexit*.

Il termine "*Post*" in questo caso può essere tradotto con "*Oltre*", (invece che "*dopo*"), ad indicare un qualcosa che va al di là della verità, facendo perdere importanza a quest'ultima.

Il "*fenomeno*" della *post-verità*, non risulta essere agli occhi degli studiosi un fenomeno totalmente nuovo, esclusivo della nostra epoca, ma un qualcosa legato alla morale e alla

¹⁸ <http://tg24.sky.it/mondo/2017/04/05/fake-news-legge-germania.html>

¹⁹ http://www.treccani.it/vocabolario/post-verita_%28Neologismi%29/

correttezza, largamente impiegato fin dai tempi antichi per calunniare avversari politici o di altro genere.

L'ampliamento così evidente di questo fenomeno al giorno d'oggi, secondo l'*Accademia della Crusca*, è dovuto a *“la globalità, la capillarità, la velocità virale della diffusione delle varie post-verità; e poi la generalità e genericità degli attori che possono alimentarle, spesso con una propaganda nascosta e inaspettata che può provenire da pseudo-istituti di ricerca, da esperti improvvisati.”*²⁰

Facebook e Google mettono a disposizione piattaforme e strumenti che favoriscono questo genere di attività, ad esempio *Google Adsense* fornisce supporto nella pubblicazione di annunci e inserzioni nelle pagine web, compiendo un controllo per scegliere le più adatte al pubblico che visita determinate pagine e raccogliendo le varie offerte degli inserzionisti che cercano uno spazio pubblicitario.

Le finte pagine di informazione utilizzano titoli e nomi fuorvianti, con lo scopo di trarre in inganno gli utenti meno attenti che a loro volta diffonderanno queste notizie, facendole diventare virali all'interno dei social.²¹

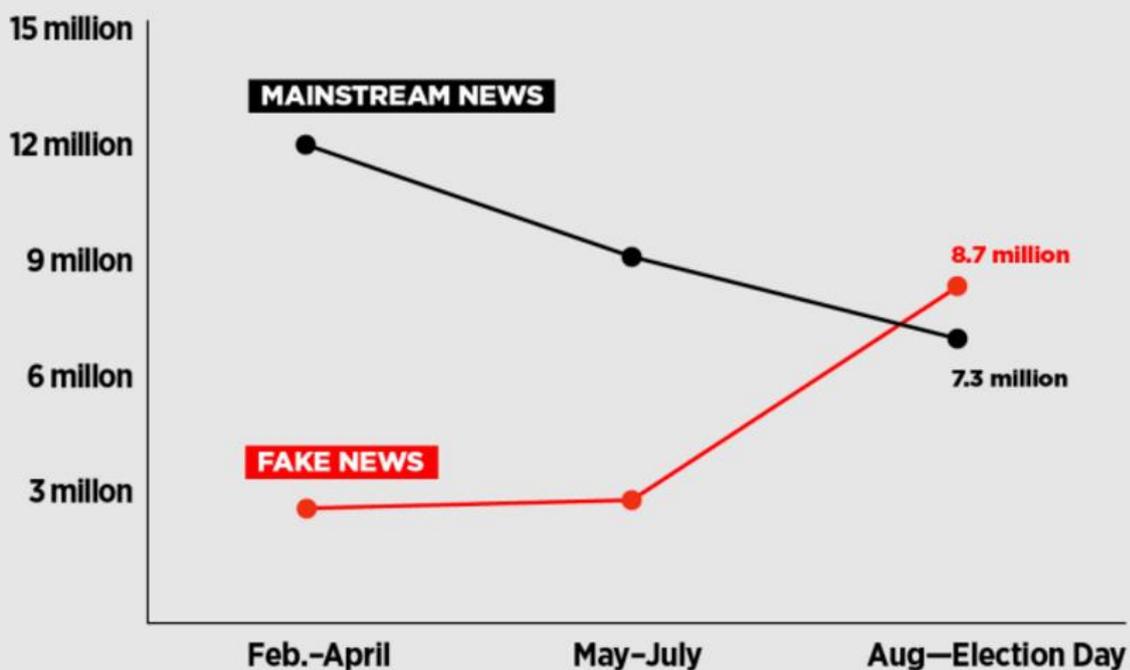
In questo modo siti di informazione sicuri vengono sorpassati da queste pagine di fake news eclatanti e “acchiappa click”, riducendo notevolmente i loro profitti.

Uno studio condotto dal sito *BuzzFeed News* da febbraio ad aprile 2016, durante il periodo pre-elettorale, ha messo in luce come numerose notizie rigorosamente false condivise su *Facebook*, riguardanti l'attuale presidente americano Donald Trump ed i suoi rivali, come il presunto sostegno di papa Francesco a Trump o il finanziamento dato dalla Clinton finalizzato all'acquisto di armi per l'Isis, abbiano riscosso molto successo, di gran lunga superiore a quello di notizie verificate, riportate da importanti testate nazionali (*New York Times*, *Washington Post*, *Huffington Post*, *NBC News*, ecc.).

²⁰ <http://www.accademiadellacrusca.it/it/lingua-italiana/consulenza-linguistica/domande-risposte/viviamo-nellepoca-post-verit>

²¹ <http://www.ilsole24ore.com/art/mondo/2016-12-20/fare-soldi-le-bufale-ecco-come-guadagnano-siti-notizie-fake-172031.shtml?uuid=ADgonRHC>

Total Facebook Engagements for Top 20 Election Stories



ENGAGEMENT REFERS TO THE TOTAL NUMBER OF SHARES, REACTIONS, AND COMMENTS FOR A PIECE OF CONTENT ON FACEBOOK SOURCE: FACEBOOK DATA VIA BUZZSUMO

BuzzFeed News

Grafico pubblicato sulla pagina web di BuzzFeed, che riporta l'andamento della diffusione delle notizie false con il passare dei mesi.

Come si può notare dal grafico riportato nell'articolo di *BuzzFeed*, man mano che ci si avvicinava al giorno delle presidenziali, le *fake news* hanno iniziato ad acquistare sempre più rilevanza rispetto a quelle riportate da fonti sicure, fino al netto superamento delle prime rispetto alle seconde. Nonostante sia difficile affermare che ciò abbia influito sull'elezione dell'attuale presidente, non si può far a meno di notare come queste abbiano coinvolto gran parte dell'opinione pubblica.²²

La pagina web *Snopes.com* ha controllato 31 e-mail che partono dal 1995, attribuite a Barack Obama e a Hilary Clinton. I fondatori del sito Barbara e David Mikkelson hanno scritto alcuni articoli sulla pagina, affermando che dopo un attento controllo, solo 2 su 31 email risultano essere

²² https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.ikQVAXKgMB#.grP18Xb7rD

verosimili, mentre altri contenevano elementi non verificabili o totalmente inventati. Vengono inoltre pubblicati nell'articolo i criteri di controllo secondo cui un'affermazione è vera o meno.²³

CLAIM
Hillary Clinton said several insulting things about Michelle Obama in a leaked 20 October 2016 e-mail. See Example(s)
RATING
 FALSE
ORIGIN
On 4 January 2017 the Facebook page " Powdered Wig Society " published the above-reproduced image macro , claiming that Hillary Clinton had insulted First Lady Michelle Obama in a 20 October 2016 e-mail (published by WikiLeaks), as captioned by that image:
<p>"DO WE REALLY NEED THAT MICHELLE BITCH TO BE AT THE SAME EVENTS? ITS ENOUGH TO HAVE HER DUMB ASS PIMP STINKING UP THE WORKS. THESE SHIT FOR BRAINS VOTERS NEED TO JUST VOTE ALREADY."</p> <p>WIKILEAKS HILLARY CLINTON EMAIL TO CHELSEA CLINTON OCTOBER 20, 2016</p>
This claim would have made waves if it were true, but no other news outlet reported on what would have been an easily accessed e-mail. We searched WikiLeaks first by keyword and then for all e-mails published by WikiLeaks with a send date between 19 and 21 October 2016, but both searches similarly returned zero results . In short, the quote was fabricated and the e-mail in question does not exist.
<i>Immagine tratta da snopes.com, che riporta un articolo in cui viene esaminata una presunta affermazione della Clinton riguardo a Michelle Obama.</i>

²³ <http://www.snopes.com/hillary-clinton-trashed-michelle-obama-in-a-leaked-e-mail/>

6. Conclusione

Pur essendo il web infinitamente utile e nonostante non si possa negare che esso abbia contribuito ad un miglioramento assoluto nell'ambito dell'informazione e della comunicazione, presenta anche i suoi aspetti negativi: la sua globalità, immediatezza e accessibilità, favoriscono infatti la diffusione non solo di contenuti verificati ma anche un innumerevole quantità di "bufale", "siti truffa" e tanti altri contenuti che possono danneggiare l'utente: è purtroppo impossibile tenere tutto ciò sotto controllo.

Nonostante la diffusione delle *fake news* all'interno del web stia crescendo a dismisura, con tutti gli effetti negativi che ne conseguono, si può vedere come ci sia l'impegno da parte delle più grandi aziende e associazioni che operano sulla rete per combattere la disinformazione, creando gruppi e *community* che collaborano per contrastare la diffusione dei contenuti ingannevoli.

Queste operazioni di *fact-checking* non sono semplici e richiedono molto tempo, anche a causa dell'alto tasso di analfabetismo funzionale che vige in molti Paesi, soprattutto in Italia; però partendo dall'educazione dei più giovani è possibile piano piano insegnare a saper riconoscere le informazioni alterate e quindi saper verificare le fonti.

Il web è uno spazio pubblico ed in quanto tale è dovere di ogni utente, creatore o lettore che sia, rendere i contenuti pubblicati trasparenti, intellegibili e condivisibili e far sì che le informazioni pubblicate non contengano discriminazioni, luoghi comuni e qualsiasi termine che penalizzi persone o categorie di persone ed è compito di coloro che usufruiscono di tali mezzi denunciare ogni sorta di abuso.

BIBLIOGRAFIA e SITOGRAFIA

Biffi M., “Viviamo nell'epoca della *post-verità*?”, <http://www.accademiadellacrusca.it/it/lingua-italiana/consulenza-linguistica/domande-risposte/viviamo-nellepoca-post-verit>, 2016.

Cosimini S., “Bufale, il debunking fa più danni che altro. E le fake news resistono”, http://www.repubblica.it/tecnologia/2017/07/27/news/combattere_le_bufale_non_sempre_giova_alla_scienza-171759049/, 2017.

Factcheckers, “Quiz interattivo: sai distinguere una notizia vera da una falsa?”, <http://tg24.sky.it/mondo/2017/03/28/quiz-factchecking.html>, 2017.

Firstdraftnews, <https://firstdraftnews.com/about/> .

Human Development Reports, <https://web.archive.org/web/20101212113216/http://hdrstats.undp.org/en/indicators/109.html>, 2009.

LaCapria K., “An online image falsely claimed Hillary Clinton insulted the First Lady in an e-mail message purportedly published by WikiLeaks”, <http://www.snopes.com/hillary-clinton-trashed-michelle-obama-in-a-leaked-e-mail/>, 2017.

Maddalena E., “Social media, perché la “Filter bubble” è un problema di algoritmo e di cultura”, http://www.huffingtonpost.it/eugenio-maddalena/social-media-perche-la-filter-bubble-e-un-problema-di-algoritmo_b_9794546.html, 2016.

Magnani A., “Fare soldi con le bufale: ecco come guadagnano i siti di notizie fake”, <http://www.ilsole24ore.com/art/mondo/2016-12-20/fare-soldi-le-bufale-ecco-come-guadagnano-siti-notizie-fake-172031.shtml?uuid=ADgonRHC>, 2016.

Maistrello S., “Fact Checking: dal giornalismo alla rete”, Milano, Feltrinelli, 2013

Murgese E., “Analfabeti funzionali, il dramma italiano: chi sono e perché il nostro Paese è tra i peggiori”, <http://espresso.repubblica.it/inchieste/2017/03/07/news/analfabeti-funzionali-il-dramma-italiano-chi-sono-e-perche-il-nostro-paese-e-tra-i-peggiori-1.296854>, 2017.

Ocse, “Rapporto nazionale sulle competenze degli adulti”,
http://www.isfol.it/piaac/Rapporto_Nazionale_Piaac_2014.pdf, 2014.

Pitasi D., “Facebook News: il nuovo decalogo per riconoscere le notizie false”, <https://focustech.it/facebook-news-il-nuovo-decalogo-per-riconoscere-le-notizie-false-140248>, 2017.

Pratellesi M., “Che cosa abbiamo imparato nei primi due mesi di fact checking”, http://www.agi.it/blog-italia/marco-pratellesi/2017/02/05/news/che_cosa_abbiamo_imparato_nei_primi_due_mesi_di_fact-checking-1453266/, 2017.

Rijtano R., “L'immagine è un fake? Ce ne accorgiamo solo nel 60% dei casi”,
http://www.repubblica.it/tecnologia/2017/07/18/news/immagini_false_solo_il_60_sa_riconoscerle_in_ret_e-171009707/, 2017.

Ruffilli B., “Da Facebook un decalogo per riconoscere le notizie false”,
<http://www.lastampa.it/2017/04/06/tecnologia/idee/da-facebook-un-decalogo-per-riconoscere-le-notizie-false-ofaqAqPrCeKsZSfWxxwyoN/pagina.html>, 2017.

Ruffilli B., “Google segnalerà le notizie verificate con l’etichetta Fact Check”,
<http://www.lastampa.it/2017/04/07/tecnologia/news/google-segnaler-le-notizie-verificate-con-letichetta-fact-check-sPC9ZeI19i0oQALp6r3CVN/pagina.html>, 2017.

Sala A., “Così i lettori partecipano al controllo dei fatti”,
http://www.corriere.it/cronache/12_ottobre_23/lettori-controllo-fatti_c3610796-1cd3-11e2-99b8-aac0ed15c6ac.shtml, 2012.

Silverman C., “Verification Handbook”, http://verificationhandbook.com/downloads/verification.handbook_it.pdf, 2014.

Silverman C., “This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook”, https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.xqb4mdbOWZ#.us4LxMvQwk, 2016.

Skytg24, “Germania: via libera del governo alla legge contro le fake news”,
<http://tg24.sky.it/mondo/2017/04/05/fake-news-legge-germania.html>, 2017.

Su S., “News Feed FYI: New Test With Related Articles”, <https://newsroom.fb.com/news/2017/04/news-feed-fyi-new-test-with-related-articles/>, 2017.

Treccani, http://www.treccani.it/vocabolario/post-verita_%28Neologismi%29/.

Zagni G., "Storia del fact checking: dall'oro del Faraone a Trump", http://www.agi.it/fact-checking/2017/04/01/news/storia_fact_checking-1641016/, 2017.