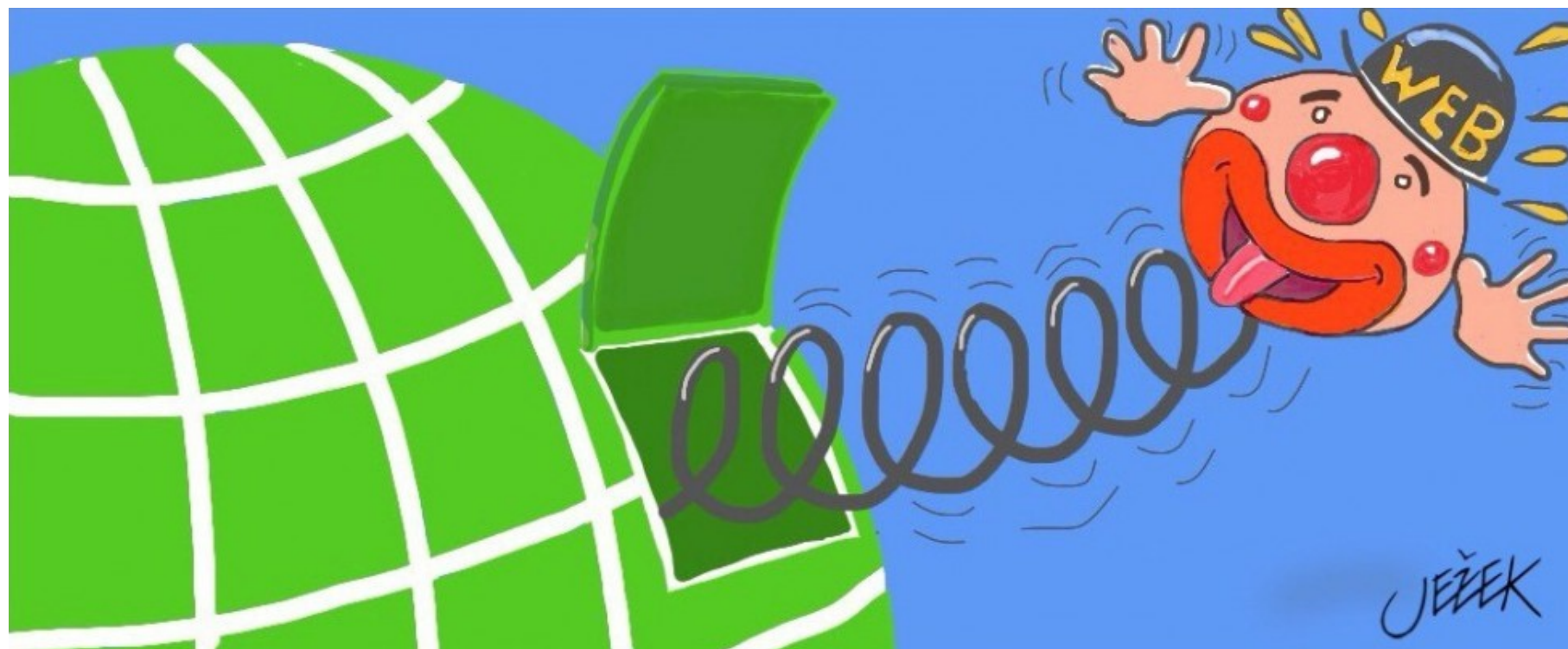


“Un’inchiesta giornalistica è la paziente fatica di portare alla luce i fatti, di mostrarli nella loro forza incoercibile e nella loro durezza. Il buon giornalismo sa che i fatti non sono mai al sicuro nelle mani del potere e se ne fa custode nell’interesse dell’opinione pubblica”
Giuseppe D’Avanzo

COME TI COSTRUISCO UNA BUFALA SUL WEB



Il segreto della viralità dei falsi su internet si annida su Facebook. Perché qui si tende a fare amicizia con persone simili a noi che fruiscono i nostri stessi contenuti. Con i like che ne

attirano altri succede che alcuni post palesemente farlocchi finiscano per acquistare un successo sorprendente. Le bugie diventano verità, i fake soggetti reali. Per un motivo che gli esperti ci spiegano in modo scientifico. Eccolo

servizio e video di ROSITA RIJTANO, con un commento di RICCARDO STAGLIANO'. Illustrazione di MOJMIR JEZEK



08 gennaio 2015

Una battaglia contro la disinformazione

"L'informazione è un virus"

La giungla dei falsi cresciuta in rete

Come evitarle? Verificare, sempre

Un glossario per capire

Ecco come ho ingannato tutti

Una battaglia contro la disinformazione

di ROSITA RIJTANO

ROMA - Per trovare mondi paralleli non bisogna andare lontano, nessun viaggio intergalattico: basta accendere il pc, collegarsi alla Rete, e aprire Facebook, dove coesistono diversi universi destinati a non incontrarsi mai (o quasi) e popolati da utenti con gli stessi interessi, le stesse paure, la stessa dieta mediatica. Ed è qui, nella presunta genesi di microcosmi digitali, che - secondo alcuni stuc - si nasconderebbe il segreto della viralità delle burle internettiane. "Le bufale si diffondono tanto, e velocemente, semplicemente perché sulla rete sociale tendiamo a fare amicizia con persone simili a noi, che fruiscono i nostri stessi contenuti", spiega Walter Quattrococchi, informatico, coordinatore del [Laboratory of Computational social science](#) dell'IMT di Lucca.

Un like tira l'altro, insomma: questa sarebbe la formula magica, la chiave che ci permetterebbe di capire perché alcuni post, anche :

palesemente farlocchi, hanno molto successo sul social network di Mark Zuckerberg. Prevedibile, forse. Un conto però è la teoria, un altro paio di maniche è la dimostrazione matematica, scientifica. Quattrococchi sostiene di averla fatta in [un nuovo studio](#), dal titolo "Viral Misinformation: The role of Homophily and Polarization" (tradotto come "Disinformazione virale: il ruolo dell'omofilia e della polarizzazione", vedi glossario), condotto con altri sette ricercatori, dislocati in diverse università italiane, e che Repubblica.it ha potuto visionare in anteprima.

Complottisti vs scienziati. Bisogna fare un paio di necessarie premesse. Il paper affonda le sue radici in diversi lavori precedenti. Sempre targati IMT. "Una trilogia del complotto", l'ha definita Fabio Chiusi su Wired. Dove il team ha, di volta in volta, vivisezionato le abitudini di milioni di italiani sulla piattaforma di Menlo Park, in base al modo in cui si informano sul social (se fanno riferimento ai media classici, o a dei siti scientifici, o a quelli di informazione non tradizionale), per arrivare a interessanti conclusioni. Non solo, per l'appunto che su Facebook ["chi si somiglia si piglia"](#). Ma anche che "le varie categorie di utenti, da noi prese in esame, interagiscono molto poco tra loro", spiega Quattrococchi, "e quando lo fanno litigano, si insultano, ognuno resta della sua idea, poco importa se sia giusta o sbagliata". Non solo: "Appassionati di scienza e complottisti, cioè quegli internauti che si informano su pagine definite alternative, dedicano alle diverse news che leggono [la stessa quantità di attenzione](#), tutto indipendentemente dalla qualità dell'informazione, e persino dalla sua veridicità, perciò le notizie false hanno la stessa rilevanza delle notizie vere".

Un anno di bufale: le "migliori" del 2014



E chi, fra gli utenti, ha più probabilità di scambiare la bufala, o la satira, per un fatto reale?, è la successiva domanda quasi obbligata. Il ricercatore non ha dubbi: "Osservando i contenuti a cui è generalmente esposto chi la condivide, troviamo i fan delle pagine di controinformazione, cioè di notizie difficili da verificare. Esempi: [Lo Sai](#), Vaccini e Basta o [Coscienza Sveglia](#)". Se siamo disposti a fare un passo in più, in un altro paper che - anche in questo caso - abbiamo avuto in preview, Quattrococchi & Co. suggeriscono la fedeltà politica di molti "creduloni" digitali. "Questa tipologia di utenti scrive il 27,13 per cento dei commenti che ci sono sulla pagina di Bepi Grillo", chiosa il ricercatore. Insomma, stando ai lavori del gruppo IMT, seppur con tutti i dubbi che può lasciare un'analisi non generalizzabile, limitata a un solo Paese e a determinate tipologie di alimentazione digitale, ci comportiamo così sulla rete sociale più popolare al mondo. Che conta 1 miliardo e 350 milioni di iscritti. Una bordata per chi sostiene che internet sia necessariamente il lucchetto dell'intelligenza collettiva.

Bufale virali: il ruolo di omofilia e polarizzazione. Ma come, queste dinamiche relazionali, influiscono sulla diffusione pervasiva di disinformazione? Ed ecco che si arriva al nuovo studio, un monitoraggio spalmato nell'arco di 4 anni, e diviso in due fasi. Nella prima:

informatici hanno analizzato post e like di 73 pagine aperte in Italia sul network firmato Zuckerberg: 34 scientifiche (Science & Co.), cospirazioniste (Lo Sai & Co.). "Così", prosegue Quattrococchi, "siamo riusciti a inquadrare come si comportano 1,2 milioni di utenti nostrani (su 25 milioni di utenti attivi al giorno, secondo i dati che ci ha fornito un portavoce di Facebook ndr), e a stabilire matematicamente che il numero di "Mi piace" su un determinato post è direttamente collegato all'omofilia, cioè al numero di amici che consumano lo stesso tipo di contenuto". In concreto: più il fake è condiviso da persone che conosciamo, e più aumentano le possibilità di essere contagiati dalla burla a nostra volta. Mentre nulla contano hub e influencer, anzi: la probabilità di trovarne uno diminuisce all'aumentare della viralità della news. Per il secondo step, invece, la lente del team ha zoomato su 4,709 annunci fasulli, messi in circolazione da due pagine satiriche: "Semplicemente Me" e "Simply Humans". Bufale, ma considerate vere dai naviganti. Spiega l'informatico: "Sono state tutte ripubblicate da utenti molto polarizzati, cioè in media con circa l'80 per cento di like su fonti di informazione complottarda, difficili da controllare. Trovato uno, trovati tutti. Perché, grazie all'omofilia, possiamo individuare con esattezza la rete di amicizia di ognuno di loro".

Il problema non è il mezzo: "Manca una preparazione scientifica". "Un lavoro impostato su un'interessante mole di dati", commenta David Lazer, professore alla [Northeastern University](#), e uno dei papà della Computational social science, la disciplina che propone un approccio computazionale alle scienze sociali. "Ma non sappiamo niente di ciò che succede al di fuori del social network preso in esame, cioè di Facebook, come per esempio nelle mailing list". Lo stesso concetto di disinformazione - secondo Lazer - è troppo vago per poter essere ben inquadrato. Aggiunge: "Ciò che è disinformazione per uno, può essere informazione per qualcun altro. Si tratta, del resto, di un fenomeno che esiste da sempre. Per cui sarebbe più interessante chiederci: quanto internet e i social network lo agevolano rispetto ai media tradizionali?". Trovare una risposta è difficile. Certo, sul web le bufale si diffondono velocemente. "La disinformazione digitale" è "uno dei principali rischi della società moderna", ha ammonito [il report 2013 del World Economic Forum](#). E dalla piattaforma di Menlo Park passa una fetta sempre più consistente delle news che mastichiamo ogni giorno. Ma è anche vero che, quando e se vogliamo, possiamo ottenere la news più corretta e completa. Con lo stesso click. Con lo stesso strumento. Con la stessa velocità. Francesca Rosaria Conte, scienziata cognitiva e vice presidente del Consiglio scientifico del Cnr, il problema quindi non è il mezzo, "ma la mancanza di una preparazione scientifica da parte di chi fornisce, e fruisce, le notizie". Conclude: "A essere virali non sono tanto le bufale, ma le informazioni non verificate, e la loro conseguente accettazione acritica, un atteggiamento da abbandonare". In questo mondo. Come in un altro, parallelo.

"L'informazione è un virus"

di ROSITA RIJTANO

ROMA - "L'informazione è un fenomeno di contagio sociale", ne è convinto Alessandro Vespignani, fisico, ed esperto di modelli

previsionali delle epidemie. Quarantanove anni, professore di Physics, Computer Science e Health Science alla Northeastern Univer e autore - con Romualdo Pastor Satorras - del libro "Evolution and structure of the Internet". Da anni scandaglia la Rete. Con un obiettivo: studiare la diffusione delle malattie. L'abbiamo contattato su Skype per parlare della cosiddetta viralità delle notizie. Secondo Vespignani, ci sono delle somiglianze tra le pandemie e il modo in cui circola una bufala online, ma anche delle notevoli differenze. affondano le loro radici nel contesto sociale in cui viviamo, cioè nella nostra rete di relazioni quotidiane. Reali e virtuali. "Insomma, si tratta di un meccanismo molto più complesso", avverte. Perciò è difficile prevedere, e analizzare, le sue dinamiche. È, quindi, giusto parlare di intelligenza collettiva quando si parla di Internet? O, forse, sarebbe più appropriata la definizione di ignoranza collettiva?, provochiamo. Replica: "Sono due facce della stessa medaglia".

Dottor Vespignani, secondo lei la circolazione sul web delle notizie false può essere equiparata a un'epidemia?

"Di sicuro tutto ciò che è informazione è un fenomeno di contagio sociale. Solo che in questo caso a passare di persona in persona è un virus, o un patogeno. Ma un concetto, che si diffonde di testa in testa. Così, nel momento in cui recepisco alcune informazioni mie amici e comincio a ripeterle, è come se fossi stato infettato. E infettassi gli altri a mia volta. Ci sono, ovviamente, anche delle grandissime differenze con il mondo biologico. Dove a difenderci dai virus è il nostro sistema immunitario. Quando parliamo di informazione, invece, il mondo esterno ha un forte effetto sulle probabilità di contagio. E se la notizia a cui siamo esposti arriva da un amico, da una persona di cui ci fidiamo, o che ha i nostri stessi interessi, potrebbe avere un peso maggiore. Insomma, si tratta di un meccanismo molto più complesso".

È quindi, possibile prevedere, dove, quanto e quando si diffonderà una cosiddetta bufala?

"Prima di tutto bisogna capire che cos'è una bufala, o che cos'è la disinformazione. In alcuni casi, l'interrogativo viene risolto guardando all'informazione in maniera banale. In altri, la differenza è più sottile. Quindi, comprendere qual è la percezione del mondo rispetto a una determinata notizia, può risultare complesso. Una capacità predizionale in questo campo mi sembra che ancora non sia di portata immediata. Non solo perché dobbiamo risolvere un problema concettuale, stabilire - appunto - che cosa sia disinformazione e che cosa no. Ma anche perché dobbiamo avere una dettagliata mappatura di tutto lo spazio sociale in cui la bufala si diffonde: le persone con cui parlo al telefono, con cui parlo di persona, con cui interagisco su Facebook e così via. Per tanto tempo è stato del tutto impossibile, di recente sono stati fatti dei grandi passi avanti. Grazie allo sviluppo di nuove tecnologie, anche pervasive, che monitorano i social network e non solo".

Secondo alcuni studi, i social network, e in particolare Facebook, sono un terreno particolarmente fertile per la circolazione di informazioni fasulle. Qual è la sua opinione?

"Credo che internet sia un'enorme rete di conoscenza. Un'enorme rete di comunicazione che ha effetti molto positivi sul nostro modo di vivere, conoscere, e comunicare. Allo stesso tempo, però, crea un'orizzontalizzazione del sapere. Cioè, mettendo qualsiasi cosa a

disposizione di tutti, fa credere a chiunque di poter masticare ogni informazione in modo efficace. Purtroppo non è vero. A volte ci vogliono anni di studi per capire determinate notizie. E discriminare quale sia l'informazione corretta e quale no. Per fare un paragono come se ci trovassimo in un grande bazar, dove è possibile incappare anche nella cosiddetta sola. Perché, così come non tutti siamo esperti di tappeti, allo stesso modo non tutti siamo in grado di leggere un saggio politico, o un paper scientifico. Io, ad esempio, non sognerei mai di voler pilotare un aereo solo perché ho letto un articolo sull'argomento".

Intelligenza collettiva o ignoranza collettiva?

"Purtroppo una è lo specchio dell'altra. L'intelligenza collettiva esiste. E internet ne è una sua faccia. Può diventare ignoranza collettiva nel momento in cui la disinformazione si diffonde sulla Rete. Perciò è importante continuare a stabilire una scala dei valori. E, in qualche modo, ognuno di noi non deve farsi abbindolare dall'idea che l'informazione su internet sia automaticamente accessibile e veritiera. Un po' la lezione che abbiamo già imparato con i media tradizionali, insomma".

Quanto sarebbe, invece, importante una corretta informazione? Ci sono dei modi per veicolarla meglio e per evitare di diffondere, a nostra volta, notizie false?

"Una domanda da un milione di dollari. Saper distinguere l'informazione corretta e veicolarla nel modo giusto è, ovviamente, la cosa importante del mondo. Che cosa bisogna fare? Bisogna diventare più furbi e attenti. I dati, le verifiche: sono importanti. Ma non è da meno l'onestà intellettuale. Tutti noi abbiamo una particolare visione del mondo, di cui cerchiamo conferme. E in Rete si può trovare conferma di qualsiasi cosa, quindi bisogna stare attenti ai valori reali. Si tratta di una presa di coscienza necessaria per evitare di aprire un grande conflitto tra l'età dell'intelligenza collettiva e quella che lei definiva, invece, età dell'ignoranza collettiva. Quest'ultima può portare a fenomeni catastrofici. Cambiare grandi vittorie della società e trasformarle in sconfitte. Un fenomeno che purtroppo si verifica già oggi, quando si parla di scienza: in certi campi si rischia di tornare indietro di decine di anni".

La giungla dei falsi che scorre sulla rete

di ROSITA RIJTANO

ROMA - È il diciassette dicembre 2012 quando su Facebook si diffonde un messaggio: "Ieri il Senato della Repubblica ha approvato con 257 voti a favore e 165 astenuti il disegno di legge del senatore Cirenga che prevede la nascita del fondo per i parlamentari in corso creato in vista dell'imminente fine legislatura". In che cosa consiste? "Uno stanziamento di 134 miliardi di euro da destinarsi a tutti i deputati che non troveranno lavoro nell'anno successivo alla fine del mandato. E questo quando in Italia i malati di SLA sono costretti a pagarsi da soli le cure". Conclusione: "Rifletti e fai girare". Segue un'ondata d'indignazione: sono più di trentaseimila le condivisioni poche ore. Un putiferio. Con tanto di petizione online per fermare "questo scempio", come si legge in uno dei 958 commenti al post. Peccato che l'annuncio sia falso. Per accorgersene basta fare un rapido calcolo, dare un'occhiata a qualche dettaglio, prestare

attenzione alla didascalia della foto. Il numero dei voti non combacia con i senatori eletti in Parlamento: 422 contro 315. La somma stanziata è superiore al 10 per cento del Pil italiano. Inoltre, a commento dell'immagine, i naviganti sono persino avvisati: si tratta di "un'immane boiata", si legge. Ciò non impedisce all'informazione di diventare virale, e di essere considerata vera, anzi.

"Nei giorni successivi c'è stata una gara tra alcuni blog per riprendere, modificare e ripubblicare la notizia", racconta Dino Ballerini, l'ente che ha architettato lo scherzo. "Secondo una ricerca, tra post originale e successive repliche, la bufala è stata condivisa da due milioni di persone. Un italiano su trenta". Per la prima volta, Ballerini confessa a Repubblica.it: "Sono stato io a inventare la notizia tutto durante una pausa pranzo. "Ero stufo di vedere condivise tante stupidaggini". Così, dopo aver redatto il testo di legge, l'ha messa in circolazione sulla pagina "[Semplicemente Me](#)", una fan page creata grazie all'incontro virtuale con due troll: Rettigliana Illuminata e Paride Rampicante. Che non ha alcun intento pedagogico. "Oggi la nostra unica motivazione sociale è mettere in luce la carenza di senso critico da parte delle persone. Ma è stata una scoperta che abbiamo fatto successivamente. Lo scopo iniziale era solo quello divertirci alle spalle dei creduloni, senza ottenere alcun vantaggio economico, ovviamente". Ci sono riusciti? "Pensa: qualcuno, ogni tanto, continua a scrivere sulla bacheca del senatore Cirenga: Vergogna", ride.

False notizie. Dalle tecnologia alla scienza: tutti i tipi di bufale. La storia delle false notizie online segue di pari passo la storia di internet. Un sottobosco di frodole: ha avuto origine con la Rete stessa, e riguarda i campi più disparati. Dall'ambiente alla medicina, passato e presente. Risale al 1997 la leggenda secondo cui Bill Gates regala dei soldi a chi fa girare una email relativa a un test di Microsoft. Mai successo. Il 9 giugno 2014 l'Università di Reading annuncia che un software sviluppato dai suoi ricercatori ha passato il [test di Alan Turing](#). La notizia rimbalza su testate nazionali e internazionali. Il risultato è messo in dubbio il giorno successivo. Qualcuno come il sito americano [Hoaxes.org](#), prova a tenere traccia degli inganni "on the net". [Paolo Attivissimo](#), giornalista, che si auto definisce "cacciatore di bufale", cerca di mettere ordine. Spiega: "Sicuramente tra le bufale più popolari sul web ci sono quelle che riguardano la salute: gli appelli per aiutare le persone malate; o per evitare preoccupanti, quanto inesistenti, malattie. Al secondo posto, metto la tecnologia. Attenti c'è un virus in quel messaggio di posta elettronica; attenti al wi-fi, causa il tumore; attenti a quell'applicazione, dice si nasconde una banda di pedofili: sono solo alcuni, ma significativi, esempi".

A volte si tratta di piccole sciocchezze. Altre, invece, le informazioni prive di fondamento hanno una portata più ampia. "Come la paura per le sostanze cancerogene contenute, secondo alcuni, in determinati alimenti. O per le scie chimiche, che sono diventate persino oggetto di dibattito politico, in quanto sarebbero sostanze tossiche rilasciate nell'aria per il controllo delle menti, o l'avvelenamento della popolazione". Una bufala in volo da almeno 15 anni. Prosegue Attivissimo: "In realtà, si tratta di fenomeni dovuti alla condensazione dell'acqua presente nell'atmosfera, e generati dalla combustione del carburante degli aeroplani. Infine, ci sono gli inviti razzisti. Uno più noti parla dei segni lasciati dai nomadi accanto al citofono per dire se una casa deve essere ancora derubata, o meno. Si potrebbe obiettare: la soluzione è semplice, basta indicare che la tua abitazione è già stata svaligiata".

Fake. In alcuni casi i fake sono cronache dell'assurdo. Con lo scopo di fare pubblicità a chi li ha creati. Prendete Jasmine Tridevil, la ragazza che avrebbe pagato 20mila dollari per avere un terzo seno. Il motivo: voleva disgustare gli uomini, per non avere più appuntamenti con l'altro sesso. Si è scoperto, solo dopo che la news era finita su vari tabloid americani e non solo, che in passato la donna era stata accusata di frode. E la storia della chirurgia era un inganno. In altri, invece, la matrice della bugia è più seria. Durante l'ultima campagna elettorale statunitense, ad esempio, un movimento chiamato Sandy Hook Truthers ha cercato in tutti i modi di diffondere tra gli internauti la convinzione che Barack Obama non è nato alle Hawaii, ma in Kenya. E per questo motivo era ineleggi alla Casa Bianca. A poco è servito pubblicare il certificato di nascita del presidente sul [sito della White House](#). Sulla sua veridicità, e presunti natali africani di Obama, negli Stati Uniti si dibatte ancora oggi.

Un capitolo a parte meritano le notizie scientifiche non corrette. Giusto per citarne alcuni temi top: Hiv, correlazione tra vaccini e autismo, staminali. Ma non sono gli unici. Basti pensare: il post più condiviso su "Semplicemente Me" riguarda quella che viene definita "un'evenienza rarissima, i cinesi la chiamano shu tan tzu che significa anno della gloria e della fortuna". Quale sarebbe? "Quest'anno dopo 5467 anni, ottobre avrà 5 martedì, 5 mercoledì e 5 giovedì". Un fake. Un tipo di disinformazione, quella sulla scienza, a cui contribuiscono, o hanno contribuito, anche esponenti politici. Più o meno ingenuamente. Nel 1998, nel corso dello spettacolo [Apocalisse morbida](#), Beppe Grillo ha definito l'Aids la più "grande bufala di questo secolo", negando che l'Hiv è un virus trasmissibile capace di danneggiare il sistema immunitario. Non solo: ha anche sostenuto che epidemie come poliomielite e difterite sarebbero scomparse anche senza le campagne di vaccinazioni. "Un'affermazione falsa perché gli agenti patogeni non scompaiono nel nulla, che non riescono a trovare un ospite da infettare", ha spiegato Giovanni Maga, virologo dell'Istituto di Genetica molecolare del Cnr, su [Wired Italia](#) che ha dedicato un articolo a tutte le fandonie del comico genovese.

Che cosa spinge al click? Bufale diverse, quindi, così come sono diverse le molle che fanno scattare la condivisione. E nel futuro? Quale sarà la prossima informazione sbagliata in grado di diventare virale? Risponde Ballerini: "Impossibile programmarle, è questo bello. Se ci mettessimo a tavolino per studiare lo scherzo perfetto, magari poi sarebbero in due a dividerlo. Non possiamo stabilire anticipo che cosa tocca realmente nell'intimo le corde di una persona. Si tratta di una serie di fattori x che non riusciamo a comprendere. Un argomento legato all'attualità può di certo favorire, ma anche l'ora di pubblicazione è determinante". Insomma, tanti dubbi, un'unica certezza: "La prossima bufala ci sarà. Sicuramente".

Come evitarle? Verificare, sempre

di ROSITA RIJTANO

ROMA - Bloccare la diffusione delle bufale sul nascere è difficile. Ma difendersi si può. Anzi: si deve. E internet offre tutti gli strumenti

necessari per farlo, a patto, sia chiaro, che l'internauta sia disposto a cambiare tutte le sue cattive abitudini. "Il miglior modo per proteggersi è modificare il proprio comportamento", spiega Paolo Attivissimo. Lui lo sa bene: da anni gestisce una piattaforma italiana per controllare la veridicità delle notizie, pubblicate sia online sia sui media tradizionali. Una caccia quotidiana alla frottole. Così il suo primo suggerimento è accantonare, in via definitiva, la tendenza comune più deleteria: "Non ne sono sicuro, non posso controllare. Però, nel dubbio, condivido".

Continua Attivissimo: "Diffondendo la notizia, anche quando non sappiamo se sia vera o meno, crediamo di fare un favore ai nostri amici. Mentre in realtà alimentiamo solo la disinformazione. Dobbiamo abituarci a non inoltrare nulla, se non abbiamo tempo per verificare. Del resto, basta poco: andare su un motore di ricerca e digitare le parole, o i nomi, che sono contenuti nell'appello; o rivolgersi a un sito antibufale". Una delle novità più rilevanti in questo campo è [Emergent.info](#), un lavoro sviluppato per il Tow Center Digital Journalism da un giornalista specializzato nella verifica delle fonti: Craig Silverman. Un progetto ancora in fase sperimentale, che ha l'obiettivo di diventare una sorta di cane da guardia, grazie a una web app che combina il lavoro di un algoritmo con il fact checking umano. Un sistema capace di monitorare in tempo quasi reale tutto ciò che è discusso quotidianamente sulla Rete, fino ad analizzarne la correttezza e la diffusione. Compresa la capacità di tracciare chi ha smascherato la menzogna e chi, invece, sta solo riportando la notizia originale. L'obiettivo ultimo, scrivono gli ideatori del progetto, è "individuare i modi per aiutare la verità a emergere velocemente e a diffondersi più che in passato".

[Emergent.info](#) non è il solo, né il primo, sistema che spinge in questa direzione. Gli strumenti recenti fanno per lo più leva sul crowdsourcing, cioè combinano le verifiche fatte da più utenti, per stabilire se l'informazione è falsa oppure vera. Come [Rbutr](#), che funziona grazie a un plugin: scaricandolo sul browser si mettono a disposizione degli altri internauti tutte le nostre conoscenze su un determinato argomento. O [Civic Links](#), la piattaforma della fondazione Ahref, datata 2012. Alcuni hanno messo in piedi un team di persone specializzate nello scoprire le bugie sul web. [Citizen Evidence Lab](#), ad esempio, è il sito con cui [Amnesty International](#) aiuta i giornalisti e no ad autenticare video su YouTube. E persino Mark Zuckerberg, sul suo social network, ha avvertito l'esigenza di crearne qualcosa per vagliare le news: [Facebook NewsWire](#), una sorta di agenzia stampa che è stata lanciata lo scorso aprile e alla quale è stato aggiunto recentemente [un nuovo strumento di controllo](#). Sul fronte portali, uno degli esperimenti più riusciti e antichi d'oltreoceano chiama [Snopes](#), un database nato nel lontano 1996 per smontare leggende urbane. Mentre in Italia la sorveglianza è affidata ad [Attivissimo.net](#), [Hoax.it](#) e [Bufale.net](#), solo per citarne alcuni. Una presenza di cui si sente bisogno in terra digitale? La risposta arriva dai numeri di [Bufale.net](#): "Contiamo", spiega Claudio Michelizza, uno dei cofondatori, "tra le 400 e le 500 mila visite al mese, e più di mille articoli". Perché l'estinzione delle bufale è tutt'altro che vicina.

Un glossario per capire

A come Agenda setting

È la teoria sociologica secondo cui i media precisano e descrivono la realtà su cui formarsi un'opinione. "L'assunto fondamentale dell'agenda-setting", ha scritto l'accademico Donald Shaw, "è che la comprensione che la gente ha di larga parte della realtà sociale mutuata dai media".

B come bufala o Big Data

L'etimologia della parola è incerta. Ma la bufala è, in gergo, un'informazione falsa o inverosimile. Si parla, invece, di Big Data quando fa riferimento alla pachidermica mole di dati che generiamo ogni giorno, soprattutto grazie alle nuove tecnologie: dai computer agli smartphone, passando per carte di credito ed e-reader.

C come Computational Social Science o Cospirazionista

Con l'espressione Computational Social Science si indica un'emergente disciplina accademica che propone un approccio computazionale alle scienze sociali. Secondo i suoi promotori, la crescente capacità di collezionare e analizzare dati potrebbe rivelare modelli comportamentali di gruppi e individui. "Con la potenzialità - scrivono i ricercatori nel primo manifesto dedicato alla materia e pubblicato su Science il 6 febbraio 2009 - di trasformare la comprensione che abbiamo delle nostre vite, delle nostre organizzazioni e delle nostre società". Il cospirazionista, sia online che offline, è colui che crede alle cosiddette "teorie del complotto", cioè quelle che attribuiscono la causa di un evento, o un insieme di eventi, a un accordo segreto.

D come Data Science e Debunking

Data Science è, in generale, la capacità di ricavare conoscenza dai dati. Una possibilità che diventa via via sempre più ricca, grazie ai cosiddetti Big Data. Mentre debunking è un neologismo usato per indicare un individuo che smaschera notizie, informazioni, o affermazioni fasulle. È stato coniato dallo scrittore William Woodward, il quale scrisse che bisognava "tirar fuori il falso dalle cose": "the bunk out of things".

E come Engagement

Si tratta del numero di like che si possono contare su un determinato contenuto.

F come Fact checking

Il fact checking è semplicemente il controllo dell'informazione che leggiamo online o sui media tradizionali. Internet non è solo uno

straordinario strumento per la diffusione delle bufale, ma anche per la verifica delle notizie. Sono, infatti, diverse le piattaforme dedicate a questo scopo. Civic Links; Rbutr; FactCheck.org; Flack Check.org; Attivissimo.net: sono solo alcuni esempi.

G come Grafo o Grado medio

Il grafo è una struttura matematica, studiandola è possibile schematizzare una grande varietà di situazioni e processi: mappe geografiche, reti di amicizie tra persone, aeroporti e voli. Il grado medio indica il numero di amici che un generico utente ha su Facebook.

H come Hub

Nel campo informatico e delle telecomunicazioni l'hub è un nodo che funziona come un dispositivo di rete per lo smistamento dei dati. Quando si parla di social network, con il termine hub si intende - invece - una persona molto centrale nella rete sociale, con un gran numero di amici, attraverso cui è possibile raggiungere molte altre persone. Nelle reti reali gli hub sono pochi e hanno moltissimi collegamenti.

I come Influencer o Intelligenza collettiva

Lo suggerisce la parola stessa: l'influencer è una persona "influyente", cioè autorevole nel suo campo. Svolge il ruolo di opinion leader cioè offre la sua visione su una determinata questione. Un'opinione che poi viene adottata da molti. Che cos'è l'intelligenza collettiva cyberspazio? Pierre Lévy, filosofo francese che studia l'impatto di Internet sulla società, la definisce così: "In primo luogo", ha dichiarato un'intervista, "bisogna riconoscere che l'intelligenza è distribuita dovunque c'è umanità, e che questa intelligenza, distribuita dappertutto, può essere valorizzata al massimo mediante le nuove tecniche, soprattutto mettendola in sinergia. Oggi, se due persone distanti fanno due cose complementari, per il tramite delle nuove tecnologie, possono davvero entrare in comunicazione l'una con l'altra, scambiare il loro sapere, cooperare. Detto in modo assai generale, per grandi linee, è questa in fondo l'intelligenza collettiva".

L come Lurker

Il lurker è una sorta di voyeur internettiano. Si tratta cioè di un utente che partecipa a una comunità digitale (come mailing list, gruppi chat), osservando attentamente tutte le attività e tutti i messaggi, ma senza intervenire mai nelle discussioni, senza postare o interagire con gli altri. Insomma, senza rendere manifesta la propria presenza. Da qui deriva anche il verbo lurkare, che può essere tradotto con "osservare da dietro le quinte".

M come Meme

Un meme è un fenomeno di internet: un'idea, un'immagine o un'azione che si propaga attraverso la rete e diventa famosa per un certo periodo di tempo. Uno degli ultimi esempi? Harlem Shake, una serie di video comici diventati virali all'inizio del 2013, in cui, con sottofondo la canzone di Baauer, si susseguono due scene: una statica e tranquilla; più una caotica, in movimento.

N come Nodo

Stampanti, modem, computer, fax: in informatica sono tutti dei nodi, cioè dei dispositivi hardware che sono in grado di comunicare tra loro, e con tutti gli altri sistemi che fanno parte della stesse rete.

O come Omofilia

Viene definita omofilia la tendenza (sulle reti sociali ma non solo) a fare amicizia con le persone che hanno i nostri stessi interessi, le nostre stesse opinioni, paure, e aspirazioni. E anche la nostra stessa dieta mediatica.

P come Polarizzazione

Indica il grado di esposizione di un internauta a informazioni che non possono essere verificate. È uguale a uno se l'utente è continuamente esposto a questo tipo di notizie. È invece pari a zero se non lo è mai. Secondo gli studi di Quattrococchi & Co., in ca. bufala virale, la polarizzazione delle persone che la condividono tende a uno.

Q come Quantitativo

Un approccio matematico e statistico alla comprensione di fenomeni complessi. Che punta a sfruttare la grande mole di dati a nostra disposizione.

R come Rinforzo

Per rinforzo si intende la resistenza di a cambiare idea, quando si è esposti a una versione dei fatti in contrasto con la nostra opinior

S come Social network

Con il termine social network intendiamo, nel linguaggio corrente, quelle reti sociali online che ci consentono di interagire con altri uti di Internet, in base a determinati, e a volte comuni, interessi. Esempi sono: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, aNobii, Pinterest, Google+, o il neonato [Ello](#).

T come Troll

La parola troll ha spesso un'accezione negativa. In realtà, troll è sia chi interviene nei dibattiti online con affermazioni fuori luogo, provocanti, e a volte offensive, sia chi vuole semplicemente fare dell'ironia su chi sulla Rete si prende troppo sul serio. Non sono - q - sempre e necessariamente "cattivi".

V come Virale

Si usa il termine virale per indicare un'informazione che si diffonde velocemente. Come un virus o quasi. Alessandro Vespignani, fisico ed esperto di modelli previsionali, conferma che ci sono delle somiglianze tra la circolazione in Rete delle notizie e il mondo biologico. Ma anche delle differenze. Dice: "A difenderci dai virus è il nostro sistema immunitario. Quando parliamo di informazione, invece, il mondo esterno ha un forte effetto sulle probabilità di contagio. E se la notizia a cui siamo esposti arriva da un amico, da una persona cui ci fidiamo, o che ha i nostri stessi interessi, potrebbe avere un peso maggiore. Insomma, si tratta di un meccanismo molto più complesso".

W come World Economic Forum

Il World Economic Forum è una fondazione senza fini di lucro nata nel 1971. Di recente ha sottolineato come la "disinformazione digitale" sia "uno dei principali rischi della società moderna". Quali sono le sue potenzialità sulla vita reale? Ad esempio, citano nel [report redatto nel 2013](#), dei tweet falsi hanno avuto la capacità di muovere il mercato finanziario. Come quando nel giugno del 2012 un falso utente di Twitter, che si spacciava per il Ministro degli Interni russo Vladimir Kolokoltsev, ha annunciato la morte, o il ferimento, presidente siriano Bashar al-Assad. Il prezzo del petrolio è schizzato alle stelle, fino a che i commercianti si sono resi conto: si trattava un falso.

Ecco come ho ingannato tutti

di **RICCARDO STAGLIANO'**

Un paio di anni fa avevo dato un annuncio dal [blog del giornale](#) : il mio nome figurava, tra quello di Larry Page e Tim Berners-Lee, su uno studio scientifico a proposito di istruzione online. Sedere a destra del padre di Google e a sinistra di quello del web sul frontespizio di *A Case for Reinforcement Learning* era un risultato di tutto rispetto per un cronista, ancorché con qualche infarinatura tecnologica. Peccato che fosse - ovviamente, vorrei dire, ma il seguito prova che è meglio non dirlo - tutto falso. L'apparenza dello studio, ancora consultabile [qui](#), era impeccabile: un abstract, dei capitoletti in inglese, note a piè di pagina.

Vari conoscenti si erano rallegrati via email. Un mio amico molto intelligente, scaltro e in quel caso frettoloso mi aveva fatto i complimenti addirittura su Twitter e mi ero sentito in colpa di averlo involontariamente trascinato in quella trappola goliardica. Eppure sarebbe bastato leggere sino in fondo il mio breve testo per accorgersi di un post scriptum che confessava il trucco, ovvero che lo studio era frutto di [SClgen - An Automatic CS Paper Generator](#), un generatore automatico creato da alcuni programmatori del Mit. Così convincente che in un caso sarebbero addirittura riusciti a farne

accettare un paper, altrettanto farlocco, in una conferenza scientifica dai controlli assai laschi. La quale, dopo la gaffe che ricorda da vicino l'affaire **Sokal**, una bufala che nel '96 aveva scosso l'establishment intellettuale newyorchese, sembra aver chiuso i battenti.

Cosa sto cercando di dire? Che il falso, nell'era della sua riproducibilità tecnica, è diventata una commodity. Un prodotto a bassissimo valore aggiunto, da produrre in serie senza sforzo. Ci sono siti che vi recapitano in Val Brembana impeccabili patenti del Wisconsin, altri per stamparsi perfette ricevute illegali o app che ricreano rumori di sottofondo pertinenti al vostro alibi extra-coniugale ("Cara sono alla stazione" e parte lo sbuffo della locomotiva o l'annuncio delle partenze imminenti). Per non dire degli spacci di prodotti fisici contraffatti, dalle borse di Louis Vuitton alle medicine sino alle parti di ricambio degli aerei (Alibaba, prima di diventare una rispettabile superpotenza di commercio elettronico, era famoso per questo). C'è un mondo di contraffazione digitale, fai-da-te o consegnata a destinazione da zelanti falsari. Negarlo sarebbe folle, ma enfatizzarlo come spesso si tende a fare è fuorviante.

L'argomento implicito di chi lancia questo allarme è: internet è un posto molto inaffidabile e quindi pericoloso (a differenza del piccolo mondo antico di mattoni e cemento, lineare e sincero). Ed è un argomento risibile, perché se è vero che è più facile falsificare è anche vero che è molto più semplice smascherare i falsi. Con Google e Wikipedia siamo tutti in grado di diventare formidabili fact checker. In teoria, almeno, perché confrontare, scriminare, contestare è una fatica. Anzi, a essere più precisi, un lavoro. Quello che fanno, bene o male, i giornalisti. Il dibattito è vecchio come la rete, e non è il caso qui di rivangarlo.

Dico solo che nei primi anni 90 il bestsellerista Michael Chrichton annunciò l'imminente scomparsa dei giornalisti in quanto mediasaurus, dinosauri dei media. Non c'era più bisogno di loro perché tutti potevano andare direttamente alla fonte delle informazioni. Che è vero, però così facendo non avreste più tempo per fare il vostro di lavoro, quale esso sia. Pensateci la prossima volta che vi lamentate nel tirare fuori 1 euro o 40 o il corrispettivo per una copia digitale. La differenza tra un software a pagamento e uno free, disse una volta (con evidente conflitto di interessi) l'ad di Microsoft Steve Ballmer, è che nel primo caso a testarlo erano stati i programmatori, nel secondo le cavie eravamo noi. Lo stesso, più o meno, vale per le tante informazioni che circolano allo stato brado nel cyberspazio. Vale, per tutte, la prima raccomandazione delle scuole di giornalismo americane: *When your mother says I love you, double check it* (quando tua madre dice che ti ama, verificalo e controverificalo). Enunciata ben prima di internet e fresca come non mai. Altrimenti si rischia di credere a tutto, compreso che all'estensore di queste poche righe manchi solo la peer review prima di essere pubblicato con tutti gli onori su Science o Nature insieme al Dio dell'algorithm e al creatore del world wide web.

ARCHIVIO

Tutte le inchieste e i protagonisti

LE VOSTRE INCHIESTE

**Segnalate le questioni che ritenete
meritevoli d'indagine giornalistica**

levostreinchieste@repubblica.it



Divisione Stampa Nazionale — Gruppo Editoriale L'Espresso Spa - P.Iva 00906801006

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di CIR SpA - Privacy