

“La questione è che i giornali non sono fatti per diffondere
ma per coprire le notizie.”

(Umberto Eco, *Numero Zero*, Bompiani, Milano 2015)



Questo volume è integralmente disponibile online
a libero accesso nell'archivio digitale Openstarts, al link:
<https://www.openstarts.units.it/handle/10077/22353>

impaginazione
Elisa Widmar

© Copyright 2018 EUT

EUT Edizioni Università di Trieste
via Weiss 21, 34128 Trieste
eut@units.it
<http://eut.units.it>
<https://www.facebook.com/EUTEdizioniUniversitaTrieste>

Proprietà letteraria riservata.
I diritti di traduzione, memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento totale e parziale
di questa pubblicazione, con qualsiasi mezzo
(compresi i microfilm, le fotocopie e altro)
sono riservati per tutti i paesi.

ISBN 978-88-8303-987-4 (print)
ISBN 978-88-8303-988-1 (online)

Alice Lokar

Stefano Ondelli

Fabio Romanini

Elia Silvestro

**Credibile ma falso
Come riconoscere
le fake news
(quasi senza leggerle)**

sommario

11	1. Perché diciamo “fake news” e non “notizie false”? Stefano Ondelli	22	2.1. Piccolo vademecum per ‘sbufalare’ una notizia falsa
11	1.1. Un’occhiata ai dizionari	22	2.1.1. Manteniamo le distanze
14	1.2. Le fake news sono divulgate su internet	23	2.1.2. Argomenti forti, contenuti deboli
15	1.3. Le fake news sono notizie false che si spacciano per notizie vere	23	2.1.3. Errori e orrori
18	1.4. Contenuti, intenzioni, forma	24	2.1.4. Parla come mangi (prima parte)
21	2. Parole e numeri: la linguistica dei corpora come metodo per individuare le bufale Elia Silvestro	25	2.2. Provare per credere: l’analisi quantitativa degli articoli
		25	2.2.1. I numeri e le bufale
		27	2.2.2. I corpora
		29	2.2.3. Gli strumenti

31	2.2.4. I campi semantici	50	3.2.2. Noi vs. loro
32	2.2.5. Attualità e atemporalità	52	3.2.3. L'accentuazione dell'espressività
34	2.2.6. Facile o difficile? Creativo!	54	3.2.4. Detto e non detto
36	2.2.7. Parla come mangi (seconda parte)	57	3.2.5. Mezze verità
37	2.3. Un approccio quali-quantitativo: i titoli	60	3.3. Riassumendo
38	2.3.1. Caratteristiche fondamentali	63	4. Cane morde uomo: un esempio di analisi Alice Lokar Elia Silvestro
39	2.3.2. Ortografia e punteggiatura: niente penna rossa!	69	5. Come difendersi dalle fake news Fabio Romanini
40	2.3.3. Allusioni e clickbait: notizie o pubblicità?	69	5.1 Fake news o post-verità?
40	2.3.4. Il lessico: è ufficiale, ma anche pazzesco	71	5.2 Disinformazione e "diritti aletici"
43	3. Smascheriamo le fake news imparando a leggerle Alice Lokar	72	5.3. Fake news, verifica dei fatti, camera dell'eco
43	3.1. Prima di leggere	75	5.4. La lotta contro le fake news: dai "decaloghi" ai "blastatori"
45	3.1.1. Siti fotocopia	78	5.5 Dalla politica alla filologia
46	3.1.2. Titoli sensazionalistici	81	Bibliografia ragionata
47	3.1.3. Ehi tu! Sì, proprio tu!	81	Capitolo 1
48	3.2. Leggiamo il testo	84	Capitolo 2
48	3.2.1. Sempre la stessa storia	86	Capitolo 3
		88	Capitolo 5

1. Perché diciamo “fake news” e non “notizie false”?

Stefano Ondelli

1.1. Un’occhiata ai dizionari

Quando andiamo al cinema, all’inizio o alla fine della proiezione, di solito compare un avviso che ci dice che gli eventi rappresentati sono frutto di fantasia e qualsiasi riferimento a persone o fatti realmente esistiti è solo casuale, anche se poi la storia ci parla di un ragazzo in calzamaglia che vola da un tetto all’altro in una metropoli, lanciando ragnatele. Se non comparisse questo avvertimento, potremmo considerare i film dell’Uomo Ragno fake news? E Orson Wells, che veniva preso sul serio quando raccontava alla radio *La guerra dei mondi*, stava trasmettendo fake news?

Fake news è l’ennesimo anglicismo entrato di recente in italiano, che con tutta probabilità ha fatto storcere il naso a chi propende per il purismo e vuole difendere la nostra lingua. Di norma questa posizione si basa sull’inutilità del prestito: esistono parole italiane equivalenti (“notizie false”, “panzane”, “bufale”, “balle”...), e poi gli italiani non rispettano neanche la grammatica della lingua straniera. In questo caso, in realtà, pur avendo la *s* del plurale, in inglese *news* è un nome non numerabile, un po’ come in italiano *gente*, e infatti il verbo si accorda al singolare (“the news is surprising” e non “the news are surprising”). Resta il fatto che nulla

impedisce agli italiani di trattare questa espressione alla stregua di un sintagma numerabile, come dimostra il grande numero di occorrenze su *Google* della stringa “una fake news” (come del resto avveniva già per *news*: “non hai nessuna news da raccontarmi?”). L’uso è padrone e non possiamo farci niente: se gli Italiani non colgono la *s* finale come marca del plurale (il che peraltro avviene anche nel caso di ispanismi come *silos* e *murales*, usati tranquillamente come forme singolari in italiano), hanno tutto il diritto di assegnare il numero e anche il genere (perché *news* sarebbe femminile? Perché è femminile *notizia*?) che preferiscono ai prestiti da lingue straniere. Ed è anche così che ci comporteremo in questo libro, parlando di “una fake news”, “le fake news”, “una notizia fake” e persino (come spesso avviene per altre strutture ellittiche come *night*, *ferry* o *smoking*) “una fake”.

Per quanto riguarda il significato, occorre fare qualche precisazione. Come riportano i principali dizionari dell’uso (per es. *Vocabolario Treccani Online*, *Zingarelli* e *Nuovo Devoto-Oli*) la locuzione *fake news* significa molto semplicemente “notizie false”, “inattendibili”, specie se diffuse via internet, e trova un sinonimo in *bufala*, che nel linguaggio giornalistico, appunto, indica una notizia priva di fondamento. Notiamo *en passant* che, mentre *Devoto-Oli* e *Vocabolario Treccani* indicano che questa polirematica (cioè questa espressione composta da più parole) è invariabile, femminile e plurale, lo *Zingarelli* rimanda a *news*, classificato come singolare femminile, anche se l’uso effettivo poi registrerebbe perlopiù l’articolo al plurale.

Come spesso avviene per le polirematiche, nessun dizionario registra la data di ingresso nella lingua italiana, mentre *news* riporta 1982 nello *Zingarelli* e 1989 nel *Devoto-Oli* (ma sempre e solo al plurale). Comunque la definizione ricalca quella riportata dai principali dizionari angloamericani, per es. l’*Oxford Advanced Learner’s Dictionary* online. Il *Dizionario inglese Collins* online è l’unico che non fa riferimento alla diffusione via web, ma aggiunge che, oltre a essere false, le informazioni sono spesso “sensational” e, soprattutto, vengono spacciate come notizie giornalistiche (“under the guise of news reporting”). Questa sfumatura semantica, che riguarda l’intento ingannevole e mimetico di altri tipi di testo, è confermata sul sito del dizionario *Merriam-Webster* online che, pur dandone la definizione, dice che difficilmente la polirematica verrà mai registrata nel lemmario perché ha un significato trasparente:

è inutile riportarla come è inutile riportare una locuzione come *red car* (“automobile rossa”), mentre è necessario riportare *red carpet* (“tappeto rosso”) per via della sua accezione metaforica (analogo all’italiano: “stendere un tappeto rosso a qualcuno”, cioè facilitarlo nel fare qualcosa). Di conseguenza, anche dal punto di vista della datazione, non avrebbe molto senso distinguere *fake news* da *real news* (viene comunque riportata un’attestazione del 1890).

In realtà, anche se non fa riferimento alla diffusione via internet, il *Merriam-Webster* rafforza molto un’accezione che si aggiunge alla mera somma dei significati dei singoli componenti *fake* (“false”) + *news* (“notizie”) e cioè il riferimento al fatto che le notizie in questione sono *intenzionalmente* false o fuorvianti (“intentionally false or misleading”). Resta comunque che la polirematica *fake news* di recente ha conosciuto una vera e propria impennata nella frequenza d’uso anche in inglese, come dimostra una semplice ricerca su *NgramViewer* di *Google* (l’ultimo anno coperto dal servizio è il 2008; segnale che nei testi italiani la locuzione risulta invece assente).



Grafico 1 – Frequenza di *fake news* nell’inglese scritto 1800-1908.

Siccome negli ultimi anni c’è stato un incremento nell’uso così significativo, è facile presumere che, anche se la locuzione inglese risulta abbastanza trasparente, abbia iniziato a indicare qualcosa di preciso, tanto che poi si è estesa anche ad altre lingue. Nei paragrafi che seguono provo a riassumere le indicazioni che provengono dai dizionari e dall’uso (basta consultare anche le pagine dedicate nelle varie versioni in lingue diverse di *Wikipedia*).

1.2. Le fake news sono divulgate su internet

Come abbiamo visto, non tutte le fonti che abbiamo consultato concordano su questa specificità; tuttavia, il fatto stesso che la frequenza di questa espressione abbia registrato un grandissimo incremento dopo il 2000 fa pensare che la trasmissione via web svolga un ruolo non indifferente. Proporrei di classificare questo aspetto sotto la dicitura “modalità di produzione e ricezione” delle fake news. Si tratta di un aspetto importante, di cui i linguisti tengono fortemente conto quando si tratta di classificare i testi.

Perché è importante il mezzo di comunicazione? Proverò a spiegarlo con un aneddoto tratto dalla mia esperienza didattica. Quasi ogni anno mi capita di incoraggiare i miei studenti dei corsi di laurea in traduzione e interpretazione a leggere assiduamente i giornali per tenersi informati su quello che capita nei Paesi in cui sono parlate le varie lingue che studiano. Di norma la reazione che ottengo è sempre di protesta perché, anche se quasi nessuno compra il quotidiano regolarmente, tutti sostengono di tenersi informati tramite altre fonti, soprattutto internet (la televisione ha sempre avuto una cattiva fama nel nostro Paese e la radio, evidentemente, è associata soprattutto alla musica). Bene, la mia risposta è invariabilmente che chi compra un giornale non lo fa per conoscere le ultime notizie. Si tratta di un'affermazione ovvia: la mattina i giornali non possono far altro che riportare fatti che sono inevitabilmente obsoleti rispetto a quello che possiamo sentire e leggere appena alzati grazie agli altri mezzi di comunicazione di massa. Ma allora perché c'è ancora chi compra ogni giorno un quotidiano (di norma sempre la stessa testata, non una diversa tutti i giorni)? Principalmente chi lo fa desidera leggere articoli in cui giornalisti esperti e autorevoli commentano e approfondiscono le notizie già note grazie ad altre fonti. Di solito la lettura di questo tipo di testi è meno comune su internet, per la minore disponibilità (non sempre la versione gratuita online dei quotidiani corrisponde in tutto e per tutto a quella cartacea) e perché leggere su internet è un'operazione diversa rispetto a leggere su carta: è più simile allo sfogliare un giornale al bar, quando leggiamo i titoli e scorriamo velocemente gli articoli.

14

Perché su internet abbondano le fake news, testi di norma molto più brevi di un articolo di giornale medio, magari anche solo limitati ai titoli, mentre sono più rari i *fake editorials*, gli “editoriali-bufala”?

Perché un articolo di commento si basa sull'autorevolezza della fonte (che deve essere nota anche se l'articolo non è firmato), perché richiede più tempo per collegare i dati e i fatti descritti, cogliere le argomentazioni, ragionare e decidere se si è d'accordo o meno con l'autore. Ci sono ovviamente eccezioni, ma di norma chi legge sul web cerca informazioni singole e non dedica troppo tempo alla lettura di un testo articolato (salvo magari scaricarlo e stamparlo).

Quindi, dal punto di vista della ricezione, le fake news si inseriscono nel flusso pletorico di informazioni che ci arrivano attraverso la rete ogni giorno e noi tendiamo a leggerle rapidamente, isolando poche informazioni e riconducendole alle nostre idee, opinioni ed esperienze pregresse, senza approfondire troppo. Dal punto di vista della "produzione linguistica", gli autori di articoli ingannevoli conoscono benissimo queste abitudini (la "ricezione") e le sfruttano per scrivere testi brevi e incisivi che spronano il lettore ad agire subito: cliccare per inoltrare e contribuire a diffondere la notizia il più velocemente possibile tra il maggior numero possibile di utenti, senza preoccuparsi troppo di controllarne la fondatezza.

1.3. Le fake news sono notizie false che si spacciano per notizie vere

L'intenzione di chi scrive bufale è ingannare il lettore imitando fonti di informazione autorevoli e riconosciute (il caso più classico è quello delle testate giornalistiche, seppur nella loro versione online) dando delle notizie false che però sono realistiche, in qualche modo (ma solo "in qualche modo") credibili. Facciamo un paio di esempi.

Immaginiamo che io scriva un articolo in cui racconto che Romano Prodi è salito in bicicletta per fare una sgambata, per sbaglio si è trovato intruppato tra i ciclisti che partecipavano al Giro d'Italia che passava da Bologna ma ha finito per vincere la tappa (possibile titolo: Romano Prodi si impone in volata: "Da solo so ancora vincere"). In questo ipotetico testo faccio riferimento a notizie note e vere (tutti sappiamo chi è Prodi e che è un appassionato di bicicletta) ma le inserisco in un contesto del tutto incredibile, che al limite mi può servire per fare dell'ironia sulle sorti politiche della Sinistra italiana. Ma se scrivo un articolo in cui affermo che la moglie di Matteo Renzi è titolare di una scuola privata parificata e si gode illegalmente un doppio stipendio, mi baso su una notizia vera

(Matteo Renzi ha una moglie insegnante) per attaccare la casta dei politici che predicano bene ma razzolano male alle spalle dei cittadini. E non c'è nulla che possa far pensare ai miei lettori che la notizia sia palesemente falsa.

Ci potremmo quindi chiedere che cosa differenzi una fake news da uno pseudo-articolo giornalistico con evidenti intenti satirici. Possiamo considerare fake news gli articoli che alla fine degli anni '80 venivano pubblicati sull'inserito settimanale del quotidiano *l'Unità* intitolato *Cuore?* Prendiamo un titolo comparso nel 1989 (anno 1 n. 42): "Si voterà col Totip". Il riferimento è alla frequenza di elezioni e referendum in Italia e l'obiettivo è sottolineare la scarsa importanza dell'elettorato agli occhi della classe politica, ma la procedura elettorale risulta troppo inverosimile per essere presa sul serio dal lettore. Analogamente, *il Vernacoliere* del 19 giugno 2018 titolava: "Dopo i ROM un'altra schedatura. Sarvini: ora tocca ai pisani". Anche qui il riferimento è a un personaggio molto noto (per quanto il cognome sia scritto per imitare la pronuncia livornese) e ai recenti avvenimenti politici, ma nessuno potrebbe scambiare per una notizia veritiera, nemmeno se non cogliesse l'ironia nel riferimento alla tradizionale contrapposizione tra pisani e livornesi.

Anche se ci sono riferimenti all'attualità, e quindi non sono notizie del tutto inventate, non si tratta di fake news perché nessuno potrebbe considerarle vere. Così, non classificherei come bufale a tutti gli effetti i titoli e gli articoli pubblicati sul noto sito *lercio.it*. Per esempio, nei titoli "Concessa obiezione di coscienza ai medici nel caso in cui le donne vogliano ridursi il seno" (19 novembre 2017) o "Presidente ateo fa togliere i crocifissi dalle aule: 3 studenti morsi dai vampiri" (5 ottobre 2016), nonostante vengano menzionate discussioni che ancora interessano l'opinione pubblica e i mass media, come la possibilità dei medici di rifiutarsi di eseguire interruzioni di gravidanza o l'opportunità di esibire simboli religiosi nella scuola pubblica, le notizie non sono verosimili fino in fondo (a meno di non credere fermamente nei vampiri).

Prendiamo invece una fake news riconosciuta. Nel mese di luglio 2018 *l'Osservatorio permanente giovani-editori* ha pubblicato su diversi quotidiani un annuncio per sensibilizzare gli studenti all'importanza di riconoscere l'attendibilità di una notizia. L'esempio riportato è questo: "SCANDALO!!!! Il Ministero abolisce le vacanze estive. Scuole chiuse solo d'inverno! Se pensi che sia

ingiusto condividi questa notizia.” A parte gli aspetti formali, di cui ci occuperemo nei prossimi capitoli, a livello dei contenuti il punto di partenza sono le annose discussioni sull'eccessiva lunghezza della pausa estiva nelle scuole italiane, che si aggancia al cliché dell'irragionevolezza della burocrazia. Il contenuto, per quanto poco probabile, è pur sempre possibile: non ci sono né vampiri né pisani e, dopotutto, gli Italiani si aspettano questo e altro da chi li governa.

Sempre dal punto di vista dei contenuti, quello di cui ci occupiamo è un fenomeno non proprio recente che ha antesignani ben noti: in fin dei conti le vecchie “leggende metropolitane” funzionano allo stesso modo. Se pensiamo che moltissimi condividano il cliché secondo il quale i napoletani sono furbi, creativi e poco propensi al rispetto del codice della strada, e mettiamo in giro la notizia che nel capoluogo campano sono in vendita t-shirt con stampata sopra una cintura di sicurezza per ingannare i vigili, come fece all'indomani dell'obbligo di indossare la cintura lo psichiatra Claudio Ciavolo, siamo sicuramente più credibili che se sostenessimo che lo stratagemma sia stato inventato a, mettiamo, Stoccolma (se non altro per ragioni climatiche).

Un corollario importante mi pare possa essere desunto da un'altra tipologia tradizionale di notizie false di grande successo: quelle legate alla cosiddetta “teoria del complotto”, così ben esemplificate e indagate da Umberto Eco in numerosi articoli su giornali e riviste, nonché in alcuni suoi romanzi, dal *Pendolo di Foucault* a *Numero zero*. Come noto, la teoria del complotto (o “della cospirazione”) prevede che dietro una serie di fatti importanti per una data comunità o addirittura per l'umanità intera ci sia un gruppo di persone potenti che agiscono nell'ombra (una cupola mafiosa, le grandi compagnie petrolifere, la massoneria ecc.). Il corollario è che il successo delle notizie false può dipendere anche dalla loro capacità di screditare una persona o un gruppo sociale invisibile alla comunità dei lettori. In questo senso, penso si possa dire che le fake news sono intrinsecamente populiste perché si basano su pregiudizi condivisi (e quindi vengono ritenute verosimili) e colpiscono gruppi sociali ritenuti detentori del potere, che vengono accusati di voler ingannare il popolo, che si sente escluso da queste élite (le banche, i tecnocrati europei, la classe politica ecc.).

Insomma, mi pare che per utilizzare l'espressione *fake news*, almeno in italiano, non basti riferirsi ad affermazioni false, a semplici

menzogne: i testi devono essere in qualche modo credibili, basarsi su informazioni che, a torto o a ragione, vengono generalmente accettate come vere, e avere intento diffamatorio nei confronti di un individuo o un gruppo sociale che presumibilmente sono invisibili ai lettori.

1.4. Contenuti, intenzioni, forma

In base a quanto detto finora, la soluzione sembra essere una sola ed è indicata con un altro anglicismo entrato di recente nella lingua italiana: *fact checking*, la verifica delle informazioni. Ma è anche evidente che si tratta di una soluzione molto difficile da mettere in pratica, data l'enorme massa di informazioni che ci arriva ogni giorno tramite i mass media e, soprattutto nel caso di internet, attraverso fonti la cui affidabilità non è controllabile in alcun modo. I lettori non possono essere esperti di qualsiasi argomento, controllare la veridicità delle notizie è un compito molto dispendioso in termini di tempo e rivolgersi solo a fonti in qualche modo considerate ufficialmente attendibili limiterebbe notevolmente il vantaggio apportato dalla libera circolazione delle idee sul web.

Lasciamo da parte i problemi filosofici legati al *fact checking*: quando si tratta di stabilire cosa sia la verità, c'è sempre qualcuno che, in maniera capziosa, cita Nietzsche (“non ci sono fatti, solo interpretazioni”) o il “principio di falsificazione” di Popper (e la tentazione sarebbe quella di rispondere con l'esempio del dialogo sul sole di Galileo, Keplero e Newton immaginato da Eco nel suo *Kant e l'ornitorinco*). Qui quello che ci importa sono le intenzioni dell'autore del testo perché, come abbiamo già avuto modo di ribadire, le fake news non sono solo notizie false, nel senso di sbagliate, poco accurate, non rispondenti ai dati ritenuti affidabili dalla comunità degli esperti: si tratta di notizie che magari sono verosimili ma soprattutto vogliono ingannare il lettore, indurlo a credere che siano veritiere per farlo indignare nei confronti di qualcuno e spingerlo a inoltrare e diffondere l'articolo.

E qui sorge un problema fondamentale per un linguista, perché quando si parla di ciò che l'autore di un testo intende “fare” con le sue parole (ciò che in linguistica possiamo definire “atti illocutivi” o “illocutori”) si entra nel campo della pragmatica, la branca della linguistica che studia appunto come i parlanti “agiscono” nella e sulla realtà quando comunicano. Ma è possibile cogliere le “inten-

zioni” di un messaggio solo guardando alla sua forma linguistica, alle parole che lo compongono, senza andare ad analizzare aspetti in gran parte extralinguistici (i contenuti, la situazione in cui è stato prodotto, il modo in cui è stato comunicato: per es. i movimenti del corpo del parlante ecc.)?

Alcuni studiosi pensano di no: J. M. Swales sostiene che l'unica cosa che differenzia un testo da una sua parodia è proprio l'intento parodistico. Altri, come M.A.K. Halliday e R. Hasan, sono più possibilisti e pensano che ci debbano essere delle spie stilistiche che rivelano la vera natura di un testo che si spaccia per qualcosa di diverso da sé. Per fare l'ennesimo esempio, a Trieste circolano da tempo pseudoarticoli di ricerca riconoscibili come tali perché sono strutturati esattamente come i testi scientifici di stampo angloamericano, comprendenti *abstract, introduction, material and methods, results, discussion, conclusion, acknowledgements, references*. Tuttavia, a parte gli argomenti (aspetti divertenti dello stile di vita dei triestini), il fatto che siano scritti in un inglese maccheronico con numerosi inserti in dialetto rivela immediatamente che si tratta di una presa in giro, in maniera simile a quanto abbiamo già visto nel caso degli articoli del *Vernacoliere* e di *Cuore*, in cui l'intento satirico è rivelato dalla forte presenza di colloquialismi, regionalismi o dialettismi e turpiloquio.

Non sempre i segnali linguistici sono così evidenti: un caso esemplare è quello dei software di generazione automatica di articoli di ricerca, di cui quello sviluppato dagli studenti del MIT di Boston, *SClgen*, è forse il più noto. Si tratta di programmi che redigono in maniera automatica testi i cui contenuti non hanno alcun senso ma assomigliano in tutto e per tutto ad articoli di ricerca, tanto che alcuni di essi sono stati accettati come contributi a convegni scientifici e compaiono in database di pubblicazioni come *Scopus* e *WoK*. Tuttavia, Cyril e Dominique Labbé, due ricercatori francesi che si occupano, tra le altre cose, di linguistica computazionale, hanno sviluppato un software in grado di individuare questi *fake research articles* analizzandone la forma linguistica.

Come si può vedere, il caso dei finti articoli di ricerca si sovrappone a quello delle *fake news* in termini di grande quantità di testi in circolazione e grande varietà di argomenti che rendono difficile il *fact checking* in tempi compatibili con l'organizzazione di un convegno. Dal punto di vista dei contenuti, dunque, i testi possono anche non essere veritieri, ma il problema è: questa discrepanza

rispetto ai testi “veri”, non ingannevoli, è individuabile a livello strettamente linguistico? C’è qualcosa nella forma degli articoli che ci dice che sono delle bufale?

Questa è la domanda che si sono posti Elia Silvestro e Alice Lokar. Anche se nei capitoli che seguono i lettori e le lettrici troveranno inevitabilmente aspetti che tornano e osservazioni che si ripetono, i due studi sono stati svolti da prospettive diverse. Elia si è basato sull’approccio della linguistica dei corpora, sfruttando le possibilità di analisi offerte dagli strumenti informatici per mettere a confronto un cospicuo numero di articoli di giornale veritieri, articoli dichiaratamente falsi e bufale ingannevoli. Alice invece si è dedicata a un’analisi strettamente qualitativa, facendo propri i principi della pragmatica e della narratologia e applicandoli alle fake news. Entrambi sono andati alla ricerca dei segnali formali che fungono da campanelli di allarme e ci possono far pensare che il testo che stiamo leggendo sia stato concepito con l’intenzione di ingannare. In un secondo momento l’approfondimento della notizia, il confronto con altre fonti e la verifica dei dati restano irrinunciabili, ma proprio perché non possiamo essere esperti di qualsiasi argomento e non sempre abbiamo il tempo necessario per il *fact checking*, affinare le competenze che possono farci insospettare subito quando navighiamo nel flusso incessante di notizie provenienti dal web ha indubbiamente la sua utilità.

2. Parole e numeri: la linguistica dei corpora come metodo per individuare le bufale

Elia Silvestro

Le bufale si possono distinguere dalle notizie vere. Fin qui nulla di strano: in certi casi le sparano talmente grosse che è improbabile cadere nella trappola. La vera notizia, però, è un'altra: se si hanno gli strumenti adatti, per smascherarle non serve nemmeno leggerle. L'affermazione, che può suonare inverosimile, è il risultato delle ricerche sulle notizie false che illustriamo in questo capitolo. La domanda da cui siamo partiti era: possiamo distinguere le notizie false da quelle vere per *come* sono scritte più che per *che cosa* sostengono? In altre parole, ci sono delle caratteristiche linguistiche che permettono di individuare una bufala senza perdere tutto il tempo necessario a verificarne i contenuti?

Come vedremo, la risposta è affermativa, e questa è la conclusione a cui siamo giunti grazie agli strumenti di analisi offerti dalla linguistica dei corpora, una branca della linguistica che potrebbe rivelarsi di fondamentale importanza in un'epoca, come quella odierna, caratterizzata da un sovraccarico di informazioni. Tramite strumenti informatici diversi siamo riusciti ad analizzare grandi quantità di articoli veri e falsi in tempi ridotti, concentrandoci sull'individuazione delle loro caratteristiche formali. Inoltre, abbiamo cercato di capire

se ci fosse qualche differenza tra le bufale ingannevoli (quelle che si spacciano per notizie veritiere) e gli articoli parodistici (dichiaratamente ironici, scritti per lettori consapevoli in cerca d'intrattenimento).

2.1. Piccolo vademecum per 'sbufalare' una notizia falsa

All'atto pratico, va ammesso, non è vero fino in fondo che non serve leggere una notizia sospetta per stabilire che è una bufala: sarebbe possibile solo progettando un sistema informatico in grado di analizzare gli articoli al posto nostro. Piuttosto, ciò che possiamo fare come lettori è allenarci a riconoscerne rapidamente le caratteristiche linguistiche e, di conseguenza, a farci sospettare di un articolo anche quando il suo contenuto ci sembra plausibile. A questo scopo, per prima cosa abbiamo redatto una breve guida per individuare una bufala partendo dai suoi tratti linguistici più evidenti. Più avanti nel capitolo forniremo una spiegazione teorica più dettagliata del percorso di ricerca che ha permesso di arrivare a queste indicazioni.

Qualunque sia l'argomento trattato, lo stile delle bufale le rende riconoscibili per certi tratti, che invece risultano inconsueti nei normali articoli di giornale. È dunque fondamentale individuare i principali campanelli d'allarme che ci fanno insospettare di fronte a una notizia di dubbia origine.

2.1.1. Manteniamo le distanze

Ciò che ci aspettiamo da un articolo di giornale è che si concentri su un certo argomento, e solo secondariamente sui lettori. Gli appelli diretti sono riservati ad alcune tipologie specifiche di articoli, come gli editoriali, cioè gli articoli in cui il direttore del giornale, un giornalista famoso o un esperto esprime le proprie opinioni su un dato evento o argomento. Questa, però, non è una tipologia di articoli in cui si manifestano le bufale, che quasi sempre sono firmate con pseudonimi e riportano notizie precise o illustrano una novità. L'uso di verbi alla seconda persona, tra cui gli imperativi (*guardate!*, *leggete!*, *riflettete!* ecc.), in articoli che non rappresentano l'opinione dell'autore, indica l'inosservanza di una precisa regola giornalistica e può essere il segno che la notizia che stiamo leggendo è falsa.

L'uso della seconda persona è solo uno dei vari modi che gli autori di bufale hanno a disposizione per attirare la nostra attenzione o suscitare il nostro coinvolgimento emotivo. Un altro è l'uso di iperboli: parole che sovraccaricano la descrizione dei fatti, esagerandone le circostanze. È davvero necessario descrivere un crimine come *allucinante* o una scelta di politica economica come uno *shock*? Le scoperte sul cancro di misteriosi ricercatori devono sempre essere *incredibili*? Non per forza, anche perché parole simili andrebbero oltre l'intento primariamente informativo di un giornale autorevole. Le notizie false, invece, spingono il lettore a reagire (con rabbia, gioia, stupore) in modo da invogliarlo a condividere i suoi sentimenti con i contatti che ha sui social network o nella vita reale.

2.1.2. *Argomenti forti, contenuti deboli*

Uno dei segnali più chiari del fatto che ci troviamo di fronte a una notizia inventata è la povertà di dettagli. È esperienza comune la difficoltà di inventarsi una frottola che regga anche nei suoi particolari: più ne aggiungiamo, più rischiamo di far crollare il castello in aria che abbiamo costruito. Gli autori di bufale, invece, hanno tutto l'interesse a creare canovacci narrativi riutilizzabili all'infinito, come accade per le fiabe: la storia è fondamentalmente sempre quella, cambiano solo un paio di dettagli. In una bufala a tema politico, per esempio, troveremo appena un paio di nomi delle figure più di spicco e qualche vago riferimento a una legge; poche tracce di date, indicazioni geografiche o in generale di riferimenti all'attualità stretta. Gli argomenti sono scelti tra gli *evergreen*, quelli che interessano qualsiasi lettore a prescindere da età, professione o provenienza (per esempio tasse ingiustificate, privilegi della classe dirigente e così via), in modo da risultare sempre attuali e non avere bisogno di un legame preciso col dibattito politico o con la cronaca del periodo.

2.1.3. *Errori e orrori*

Se notare ciò che manca (come illustrato sopra) non è semplice, possiamo comunque concentrarci su alcuni segnali ben visibili. Le bufale hanno uno stile piuttosto riconoscibile: spesso contengono delle caratteristiche linguistiche che potremmo incontrare

in una conversazione tra amici, ma che non ci aspetteremmo di trovare in un articolo pubblicato da un giornale.

Un segnale chiaro che l'articolo che stiamo leggendo potrebbe essere una bufala è la presenza di errori ortografici e punteggiatura insolita. È bene aguzzare la vista in cerca di doppie mancanti o sovrabbondanti, accenti dimenticati o sostituiti da apostrofi, ma anche di punteggiatura imprecisa (per esempio due puntini .. invece di tre ...) o sovrabbondante (due o più punti esclamativi !! o interrogativi ?? di seguito non vengono mai usati in articoli di giornale scritti da professionisti).

2.1.4. Parla come mangi (prima parte)

Se invece guardiamo alla scelta delle parole, la presenza di lessico colloquiale, o a sfondo sessuale, e del turpiloquio ci possono aiutare a scovare le bufale. Sono perlopiù gli articoli parodistici, cioè quelli dichiaratamente ironici, ad abbondare di queste parole che, per ovvi motivi, non troverebbero spazio su un giornale autorevole. Tuttavia, anche nelle bufale ingannevoli (quelle che non dichiarano esplicitamente di essere notizie false), emergono talvolta scelte linguistiche che non rispettano il "politicamente corretto" (per esempio *barbona* invece di *senz'atetto*, *zingari* invece di *etnia rom*, *negro* al posto di un'indicazione geografica o etnica).

Troviamo anche altre parole che, pur non essendo inopportune come gli insulti o le offese, sarebbe strano trovare in un articolo veritiero. Si tratta del lessico colloquiale e informale, quello che usiamo normalmente in una conversazione tra amici ma che non inseriremmo in una lettera formale (per esempio *sfigati* invece di *sfortunati*). Un'altra categoria di parole colloquiali, meno evidenti ma altrettanto indicativa, è quella dei verbi 'procomplementari': si tratta di un termine specialistico che indica quei verbi che all'infinito non terminano per *-are*, *-ere*, *-ire*, ma contengono dei pronomi. Verbi come *farcela*, *smetterla*, *fregarsene*, *tirarsela* sono tipici del parlato e non vengono normalmente utilizzati dagli autori di quotidiani autorevoli. Lo stesso discorso vale per le espressioni regionali o dialettali: se in un articolo troviamo parole come *ciucco* o *umarell*, è probabile che non si tratti di una notizia a cui prestare fiducia.

È chiaro, insomma, che un articolo che sembra troppo informale

per trovarsi su un giornale deve insospettirci (ovviamente questo vale anche per i testi pubblicati online). In pochi e limitati casi, tuttavia, vale l'opposto: anche alcune parole molto formali e cadute in disuso possono segnalarci che un articolo è una bufala. Pronomi come *egli, ella, esso, essa, essi o ciò, tale, costoro* sono sì formali, ma soprattutto desueti, tanto che ormai li incontriamo solo in qualche vecchio testo di grammatica o nei temi scolastici; sicuramente non in un articolo di giornale, che usa uno stile più moderno. Chi li usa, magari insieme ad altre scelte lessicali ricercate, probabilmente vuole rafforzare la nostra illusione di leggere un articolo affidabile con paroloni indecifrabili, quando invece sono i quotidiani stessi a evitarli per rendere i loro articoli più leggibili. Vediamo un esempio di questo fenomeno tratto dal corpus di bufale analizzato:

1) I cittadini italiani [...] diverranno, sotto riserva di quanto dispone il paragrafo seguente, cittadini godenti di pieni diritti civili e politici dello Stato al quale il territorio viene ceduto, secondo le leggi che a tale fine dovranno essere emanate dallo Stato [...]. Essi perderanno la loro cittadinanza italiana al momento in cui diverranno cittadini dello Stato subentrante.

2.2. Provare per credere: l'analisi quantitativa degli articoli

Se sapere quali segnali linguistici ci permettono di riconoscere una bufala è fondamentale, si tratta comunque solo della punta dell'iceberg della ricerca. Per capire meglio come si può arrivare a individuare questi segnali e sviluppare ulteriormente il nostro senso critico di lettori, può essere utile soffermarci su metodi e dati, cioè su *come* e *perché* i numeri ci aiutano a indagare la lingua in modo efficace. Ed è quello che faremo, appunto, nelle pagine che seguono.

2.2.1. I numeri e le bufale

Per verificare se fosse possibile distinguere le bufale dagli articoli di giornale veritieri partendo dalle loro caratteristiche formali, è stato utile un approccio *quantitativo* allo studio della lingua, che in ambito accademico viene definito "linguistica dei corpora". Si tratta, in sostanza, dell'uso di mezzi informatici per indagare

raccolte di testi sufficientemente grandi da permettere di notare delle tendenze linguistiche di fondo che potrebbero sfuggire al singolo lettore. In altre parole, il computer ci aiuta a capire se esistono differenze numericamente significative che distinguono due tipi di testi (nel nostro caso, le bufale e gli articoli veritieri). Per esempio, quale dei due tipi presenta un maggior uso di punti esclamativi, una lunghezza delle frasi leggermente minore rispetto alla media o un certo tempo verbale usato molto spesso? Dopo aver individuato queste caratteristiche, è fondamentale cercare di capire anche le ragioni che le determinano: perché troviamo certi fenomeni e non altri?

A questo punto occorre però soffermarci sull'utilità dell'approccio basato sulla linguistica dei corpora. In effetti, tabelle, formule e percentuali sono di norma concetti difficili da associare alla lingua. Perché affidarsi a uno strumento così arido rispetto a metodi apparentemente più familiari, come la lettura e l'analisi approfondita dei singoli articoli, in altre parole all'analisi *qualitativa*? La risposta sta nelle potenzialità dell'analisi *quantitativa*. Se è vero che le intuizioni (qualitative) che abbiamo leggendo anche un solo testo possono essere un buon punto di partenza, estendere questo metodo a raccolte più ampie è impossibile all'atto pratico per un semplice motivo: ci vorrebbe troppo tempo per leggere tutti i testi. Nel caso delle notizie false, esistono piattaforme online di *fact checking* (cioè di controllo della bontà dei contenuti delle notizie), come per esempio il portale *bufale.net* (di cui parleremo più avanti), i cui autori si dedicano volontariamente alla verifica dei contenuti di articoli ritenuti sospetti. Tuttavia, è evidente che pensare di poter rincorrere il flusso di notizie che travolge il web ogni giorno sarebbe illusorio. Per esempio, l'istituzione della "Giornata del *fact checking*" per il 2 aprile, l'indomani del giorno tipicamente dedicato ai "pesci d'aprile" (a volte spiritosi, talora insinuanti), è indubbiamente un'iniziativa lodevole come tentativo di sensibilizzare il pubblico, ma di efficacia limitata.

La trasformazione delle caratteristiche linguistiche delle bufale in valori numerici, invece, ci permette di lasciare il lavoro pesante all'analisi automatica. Una volta individuati i tratti linguistici che differenziano le bufale dai veri articoli di giornale, è sufficiente programmare degli strumenti informatici perché li ricerchino in nuovi testi e ci forniscano un'indicazione di quanto questi ultimi si avvicinino al modello di una notizia falsa.

2.2.2. I corpora

Per questa ricerca abbiamo innanzitutto individuato delle fonti disponibili in forma digitale che corrispondessero il più possibile agli standard di articoli di giornale autorevoli, notizie false ingannevoli e articoli parodistici. La scelta è ricaduta su tre fonti, dalle quali abbiamo raccolto dei corpora, cioè delle raccolte molto voluminose, di articoli:

- 100.000 parole di notizie veritiere dall'archivio di Repubblica.it (*ricerca.repubblica.it*), che offre tutti gli articoli del quotidiano in forma digitale dal 1984 a oggi;
- 50.000 parole di notizie false ingannevoli dal sito Bufale.net (*www.bufale.net*), una nota piattaforma italiana di *fact checking*: si tratta di un sito in cui contenuti ritenuti inaffidabili vengono verificati e viene stabilita la verità dei fatti. Questa è stata la parte più difficile della raccolta: in molti casi la forma dei testi è troppo disomogenea per poterla confrontare con un articolo di giornale (per esempio, manca il titolo se si tratta di catene di Sant'Antonio diffuse tramite applicazioni di messaggistica). Anche i problemi tecnici hanno avuto il loro ruolo: i portali che pubblicano notizie false hanno spesso vita breve, innanzitutto per problemi legati ai loro discutibili contenuti, ma anche perché gli articoli vengono spesso riutilizzati a distanza di poco tempo, dopo aver modificato i dettagli di un canovaccio che è sempre lo stesso.
- 50.000 parole di notizie false parodistiche dal sito Lercio.it (*www.lercio.it*), un famoso portale di notizie inventate a scopo d'intrattenimento, così popolare sui social network italiani da poter essere considerato l'esempio più celebre di questo genere pseudo-giornalistico.

Affinché i risultati delle analisi fossero affidabili, era importante creare dei corpora omogenei, ovvero stabilire una possibilità di confronto a livello di temi, arco temporale, forma e lunghezza degli articoli. Abbiamo quindi stabilito alcune regole per la raccolta.

Abbiamo incluso in percentuali simili articoli di diversi argomenti: politica/mondo, cronaca, sport, cultura e spettacolo, medicina/scienza/internet. Ovviamente, l'argomento di un articolo incide sul lessico utilizzato, e l'obiettivo era di avere un lessico il più simile possibile tra i diversi corpora (d'ora in avanti indicati per comodità come *Repubblica*, *Bufale* e *Lercio*). La composizione percentuale per argomenti che ne risulta è riportata nella tabella che segue.

	Repubblica	Bufale	Lercio
Politica/ Mondo	32,61%	34,23%	31,09%
Cronaca	40,87%	38,26%	37,31%
Sport	4,35%	1,34%	4,15%
Cultura/ Spettacolo	13,04%	15,44%	15,03%
Medicina/ Scienza/ Internet	9,13%	10,74%	12,44%

Tabella 1 – Distribuzione dei contenuti nei subcorpora (%)

Sempre per fare sì che gli argomenti esposti fossero il più possibile compatibili, abbiamo stabilito un periodo entro il quale doveva rientrare la pubblicazione degli articoli (dal febbraio 2014 all'ottobre 2015), ipotizzando che in questo arco di tempo i fatti di cronaca coperti dalle notizie fossero circa gli stessi.

Abbiamo eliminato tutte le parti degli articoli, come titolo, sottotitolo, occhiello, che non fanno parte del corpo del testo. Queste componenti, che vengono definite dagli studiosi *paratesto* (ciò che sta attorno al testo), hanno caratteristiche linguistiche proprie, che rischiavano di viziare i risultati dell'analisi (per esempio, nei giornali è la redazione e non l'articlista che decide il titolo di un pezzo). Inoltre, durante la ricerca abbiamo notato che gli articoli di *Bufale* e di *Lercio* si limitavano in massima parte al titolo e null'altro, al contrario degli articoli di *Repubblica*, ricchi di altri elementi paratestuali (occhiello, sottotitolo, sommario). Su titoli e sottotitoli torneremo poi separatamente più avanti, con un'analisi prettamente qualitativa.

I nostri corpora comprendono solo articoli di cronaca di lunghezza media, e non articoli di analisi e commento (editoriali, rubriche, elzeviri e così via), solitamente molto più lunghi degli altri e caratterizzati da uno stile più personale. Un'eccezione è rappresentata

dagli articoli di divulgazione medico-scientifica, che in *Bufale* erano sostanzialmente più lunghi. La tabella sotto riporta la lunghezza media in parole dei testi raccolti.

	Repubblica	Bufale	Lercio
Medicina/ Scienza/Internet	433,67	685,96	349,33
Cronaca	438,05	273	375,38
Media generale	437,65	336,74	371,90

Tabella 2 - Lunghezza media in parole dei testi raccolti

Ancor prima di analizzarne le parole, lo scarto nella lunghezza media degli articoli veritieri e falsi mostra già una certa differenza, particolarmente evidente se ci concentriamo sugli articoli di cronaca: le bufale sono notevolmente più brevi degli articoli di *Repubblica*, con *Lercio* in posizione intermedia. Un'ipotesi, che ci viene suggerita anche dalle analisi sul lessico che vedremo più avanti, è che le notizie false, in quanto inventate, siano difficili da arricchire di dettagli in quantità sufficiente da renderle paragonabili in lunghezza a degli articoli veritieri. La loro natura di testi redatti per il web, inoltre, potrebbe spingere i loro autori a scrivere articoli più snelli, adatti a un consumo veloce, canalizzato dai clic ottenuti attraverso le condivisioni sui social network.

2.2.3. Gli strumenti

Per ottenere dei dati da analizzare abbiamo “dissezionato” le raccolte di articoli per mezzo di diversi strumenti informatici. Abbiamo proceduto a tre confronti distinti: uno tra le 100.000 parole di articoli di *Repubblica* (lo chiameremo *Repubblica totale* da qui in poi) e le 100.000 parole di notizie false, e altri due tra 50.000 parole selezionate dagli articoli di *Repubblica* e ciascuno dei due corpora di notizie false, quelle ingannevoli (tratte da *Bufale.net*) e quelle parodistiche (tratte da *Lercio.it*).

Abbiamo iniziato analizzando ciascuna coppia di corpora con *TalTac²*, un software sviluppato dalla Sapienza - Università di Roma. *TalTac²* analizza da cima a fondo tutte le forme lessicali (le singole parole, come “tavolo” o “che”) e i segmenti (sequenze di forme che

si presentano in un determinato ordine più volte, come “durante la notte”) contenuti in un corpus e li riordina in una tabella indicando quelli più frequenti e quelli più rari. Permette, inoltre, di calcolare alcuni valori utili a capire quante parole diverse gli autori usino per scrivere i testi analizzati: si tratta di ciò che in linguistica viene definita “ricchezza lessicale”. Una volta fatti i calcoli, *TalTac*² permette di incrociare i dati, rivelando quale e quanto lessico due corpora hanno in comune e quale tra i corpora usa un lessico più vario.

Grazie a un altro software, *TreeTagger*, sviluppato dall'Università di Stoccarda, abbiamo ottenuto i dati riguardanti la “densità lessicale” di ciascuno dei corpora, cioè la frequenza di parole che hanno di per sé un significato (che gli esperti chiamano “parole piene”: aggettivi, avverbi, nomi e verbi) o che invece servono principalmente a costruire la struttura sintattica della frase (le “parole vuote”: articoli, congiunzioni, interiezioni, preposizioni e pronomi). *TreeTagger* attribuisce automaticamente a una di queste categorie ciascuna delle parole e ci ha permesso di calcolare la percentuale di ciascuna categoria in ognuno dei corpora. I dati sulla densità lessicale sono un'ottima misura dello stile dei testi: ci permettono, in particolare, di capire quanto un testo sia simile alla lingua parlata (di norma più ricca di parole vuote) oppure alla lingua scritta (caratterizzata di solito da una maggior presenza di parole piene).

Tramite *Corrige!*, una piattaforma online di analisi automatica dei testi, abbiamo ricavato un resoconto ortografico (una lista di errori di battitura, parole imbarazzanti, errori di punteggiatura ecc.) e un'analisi della facilità di lettura del testo (la “leggibilità”), basata sia sulla lunghezza delle parole e delle frasi, sia sulla complessità del lessico presente nei corpora. Questi dati hanno permesso di confermare quelli riguardanti la complessità dei testi forniti dagli altri software, col vantaggio di ottenere dettagli più precisi su certe categorie-chiave (il turpiloquio, per esempio, che rappresenta un tabù nei testi formali come in quelli giornalistici veritieri).

La gran parte delle analisi condotte sugli articoli è stata, quindi, quantitativa: le osservazioni che abbiamo compiuto riguardano principalmente i dati ottenuti in maniera automatica a partire da una grande quantità di articoli. Solo nel caso dei titoli, analizzati separatamente, abbiamo optato per un'analisi qualitativa: siccome sono più brevi e hanno caratteristiche molto ricorrenti, è stato

possibile leggerli tutti e arrivare a conclusioni precise sulle differenze tra le bufale e gli articoli veritieri. Inoltre, su un insieme così ridotto di dati linguistici, l'analisi statistica non sarebbe risultata affidabile.

Creare dei corpora di testi e ottenere i dati tramite software, nonostante la notevole mole di dati e lavoro che richiede, è solo l'anteprima dell'effettivo lavoro di ricerca. La vera sfida, una volta ottenuti i dati, è dare un senso ai numeri. Senza scendere eccessivamente nei dettagli, i paragrafi che seguono si concentrano su alcune delle principali conclusioni che si possono trarre dall'analisi.

2.2.4. I campi semantici

I dati sul lessico ottenuti tramite *TalTac*² si possono collocare con facilità in tabelle, che permettono di mettere a confronto le forme o i segmenti presenti in notizie veritiere e false. In questo modo possiamo individuare sovrapposizioni e divergenze nei campi semantici (gli insiemi di parole o espressioni che riguardano un certo argomento): per esempio, dalla presenza di *Schettino*, *Costa*, *Giglio* in uno solo dei corpora potremmo notare che la tragedia del naufragio della nave di *Costa Crociere* avvenuto nel 2012 non viene mai menzionata negli altri corpora; o, alla luce della ricchezza di lessico specifico riguardante economia e finanza (*BOT*, *spread*, *Euribor*, *deficit*, *tassi d'interesse*, *Bankitalia*), rilevare che gli autori di determinati articoli si occupano spesso della questione del debito italiano.

Ciò che accomuna tutti i corpora sono gli aspetti più generali dell'attualità: per esempio, *tasce* compare 5 volte in *Bufale* e 6 in *Repubblica*, *economia* 16 volte in *Repubblica* e 14 volte in *Lercio*. A distinguere i corpora è invece la concentrazione di lessico di campi semantici diversi, che rivelano gli argomenti su cui insistono, nonostante la varietà di temi affrontati dall'insieme di articoli sia, come abbiamo visto in precedenza, presumibilmente molto simile.

In *Repubblica*, a emergere è la terminologia specifica della cronaca politica, economica e giudiziaria: se nelle notizie false questi argomenti vengono toccati almeno superficialmente, in *Repubblica* la concentrazione di lessico specifico lascia supporre che si tratti effettivamente del cuore del contenuto del quotidiano (un aspetto che viene confermato da precedenti ricerche sulla

lingua dei giornali). Alcune parole si ritrovano molto più spesso (per esempio, *per cento*, legato presumibilmente all'elencazione di dati economici, si ritrova 34 volte in *Repubblica* contro solo 3 in *Bufale*). Altre, anche se compaiono una sola volta in tutto il corpus (vengono definite tecnicamente "hapax legomena"), costituiscono comunque un segnale nel momento in cui formano un campo semantico numeroso (per esempio, espressioni che si riferiscono alla politica estera come *Osce*, *Eurozona*, *Bce*, *Casa Bianca*, *Angela Merkel*, *Alexis Tsipras*, *Sud Sudan*, *Nazioni Unite*, *Xi Jinping*, compaiono in *Repubblica* ma non in *Bufale*).

In *Bufale*, invece, sono i temi medici e scientifici a spopolare: oltre a un eloquente dato di 83 occorrenze contro 5 in *Repubblica* per *cancro*, molta terminologia medica risulta assente negli articoli veritieri (per esempio: *H1N1*, *anoressia*, *oncologica*, *diagnosticato*).

Per finire, in *Lercio* spicca una manciata di nomi di personalità della politica e dello spettacolo, su cui la penna irriverente degli autori sembra concentrarsi (*Salvini* compare 12 volte, *Adinolfi* 6 volte), mentre quasi nessun nome proprio compare una sola volta: personaggi politici o della cronaca quindi sembrano non essere citati occasionalmente a scopo informativo, ma piuttosto come vittime di una satira ripetuta. Non mancano turpiloquio ed espressioni legate alla sfera sessuale o politicamente scorrette (10 occorrenze per *sperma*, 5 per *cazzo*, 6 occorrenze per *Gesù*, tre occorrenze per *negri*). Fa capolino anche il linguaggio colloquiale, regionale e creativo (*figo*, *umarell*, *senzarotella*): parole che, per quanto inoffensive, riserviamo normalmente alla conversazione informale e non troviamo quasi mai in un articolo pubblicato su un quotidiano autorevole.

2.2.5. Attualità e atemporalità

Il lessico delle notizie veritiere e false contiene diversi indizi relativi all'effettivo legame con ciò che accade in Italia e nel mondo. Innanzitutto, i campi semantici possono suggerire che le notizie false si occupino solo superficialmente dell'attualità. Come abbiamo visto nel paragrafo precedente, pur confrontando corpora di articoli che apparentemente coprono gli stessi argomenti e nello stesso periodo di tempo, troviamo grandi differenze a livello di lessico e quindi presumibilmente di contenuti coperti dalle notizie: per esempio, *Repubblica* sembra darci molte più informazioni sulla politica economica di quanto non accada in *Bufale*.

Altri strumenti, come l'indice "con informazioni" di *Corrige!*, sostengono l'ipotesi. Questo indicatore individua le parole legate a quelle che vengono definite *conoscenze enciclopediche* del lettore: tutto un insieme di informazioni specifiche, come nomi geografici, nomi propri di personalità note della politica e dello spettacolo, organizzazioni internazionali, che da un lato devono essere presenti per collocare una notizia nel contesto dell'attualità, e dall'altro implicano che il lettore ne sia almeno un po' informato e che quindi possa capire autonomamente le relazioni che collegano diversi fatti. Questa misurazione vede *Repubblica* molto più ricca d'informazioni specifiche (il 60% in più che in *Bufale*), mentre *Lercio* si colloca in posizione intermedia (35% in più rispetto a *Bufale*).

L'analisi del lessico rivela anche che nelle bufale scarseggiano le espressioni di riferimento al trascorrere del tempo, definite in linguistica "deittici temporali": per esempio, *ieri* compare 49 volte in *Repubblica* ma solo 14 volte in *Lercio* e 6 in *Bufale*. Potrebbe significare che *Repubblica* parla di fatti ben inseriti nell'attualità, mentre nelle notizie false il legame è più vago, tanto che non serve (o è meglio evitare di) riferirsi al contesto della cronaca; le notizie false devono sembrare attendibili a lettori che le leggono in momenti diversi e per questo motivo devono essere scritte con pochi riferimenti all'attualità.

L'insieme di queste misure, unito all'osservazione di come le notizie false abbiano spesso vita (digitale) breve (i siti che le ospitano scompaiono periodicamente o comunque le cancellano) porta a sospettare che gli articoli falsi vengano costruiti a partire da strutture-canovaccio atemporali, a cui vengono cambiati di volta in volta pochi dettagli, mantenendo come costante il legame a tematiche sempre di sicuro successo quando si tratta di ottenere clic, condivisioni e *Mi piace*, come le tasse, la perdita di potere d'acquisto o il dilagare della criminalità (cfr. sotto § 3.2.1.). Se poi è vero che inventare storie ricche di dettagli è difficile e mette a rischio la plausibilità di una menzogna, dalla povertà di informazioni enciclopediche possiamo ipotizzare che gli autori di bufale preferiscano andare sul sicuro, o comunque prediligano la quantità di articoli prodotti (a partire da uno stesso schema) alla qualità (bufale ricche di particolari e plausibili anche per chi conosce bene l'attualità). Al contrario, la dovizia di dettagli (difficili da inventare in tale abbondanza) degli articoli di *Repubblica* conferma il loro stretto legame con l'attualità; gli studiosi della lingua dei

giornali parlano addirittura di contenuti al limite del comprensibile, tanto sono ricchi di particolari e difficili da decifrare da parte di un lettore occasionale.

2.2.6. *Facile o difficile? Creativo!*

Con l'analisi automatica dei testi, la complessità di articoli veri e falsi può essere individuata grazie ad alcuni indicatori che la valutano su diversi livelli dell'analisi linguistica: dal lessico (la maggiore o minore comprensibilità delle parole) alla morfologia (la forma più o meno complessa delle parole) alla sintassi (i legami tra le parole, che formano frasi più o meno lineari o contorte). Vista la ricchezza di dati, stabilire livelli precisi di difficoltà dei diversi tipi di notizie analizzati può aiutarci molto nell'individuare le bufale.

Il quadro che emerge, purtroppo, non è univoco. I valori della ricchezza lessicale (il rapporto tra numero delle parole diverse presenti in un corpus, contate ciascuna una sola volta, e il numero totale di tutte le parole presenti del corpus, comprese le ripetizioni) vedono *Lercio*, con 24,61%, a notevole distanza sia da *Repubblica* (22,02%) sia da *Bufale* (21,39%), il che indica un lessico più creativo nella testata parodistica, mentre il corpus di *Bufale* è quello in cui si ripete più spesso un numero minore di parole diverse. Anche la percentuale di hapax legomena (le parole presenti una sola volta) è un indice della creatività lessicale che conferma la posizione preminente di *Lercio* (63,21%), seguito, in posizione invertite, da *Bufale* (59,25%) e *Repubblica* (59,23%). Insomma, dal punto di vista del lessico, *Lercio* sembra avere uno stile più "mosso" e brillante degli altri due corpora.

La ricchezza lessicale, che fondamentalmente si basa sulla varietà delle forme usate, si scontra tuttavia con la comprensibilità del lessico. A questo proposito, il calcolo del *Vocabolario di Base* (VdB), cioè delle circa 7000 parole usate più di frequente nell'italiano moderno (e quindi presumibilmente comprensibili a tutti), indica che è invece *Repubblica* a usare il lessico più ricercato (15,78% delle parole non è presente nel VdB, contro il 14,50% di *Lercio* e il 14,04% di *Bufale*).

Un altro strumento di valutazione della difficoltà dei testi è l'indice GULPEASE, un calcolo della leggibilità basato sulla lunghezza di parole e frasi sviluppato dalla Sapienza - Università di

Roma: l'assunto è che frasi e parole più brevi rendano un testo più comprensibile. In questo caso è *Repubblica*, con un punteggio di 51 su 100, il corpus più leggibile, seguito da *Bufale* con 50 e *Lercio* con 49. Come si vede, in questo caso i tre corpora producono risultati molto simili: le notizie false usano lessico più semplice ma più variato e non risultano più facili da leggere rispetto agli articoli veritieri.

Passando alla morfosintassi, l'analisi tramite *TreeTagger* rivela che *Repubblica* è più ricca di nomi, il che conferma quello che già sappiamo dello stile giornalistico, più propenso a soluzioni che prevedono la nominalizzazione, ossia l'uso di un nome, più distaccato e formale, al posto di un verbo, più diretto e informale: un esempio che potremmo trovare sul web è "La registrazione al sito è avvenuta con successo" invece di "Sei riuscito a registrarci al sito". Sorprendentemente, però, *Repubblica* evidenzia una percentuale di aggettivi minore di *Lercio* e *Bufale* (mentre, normalmente, gli aggettivi si accompagnano ai nomi): è verosimile che questo dato rispecchi la preferenza, da parte delle notizie false, per l'aggettivazione sovrabbondante e iperbolica (per esempio *allucinante*, *agghiaccianti*, *scellerate*, *disastrosi*).

Per quanto riguarda i verbi, un'altra piccola sorpresa è la maggior frequenza di congiuntivo e condizionale nelle notizie false (rispettivamente, 2,89% e 2,50% nel corpus *Lercio+Bufale*) rispetto alla *Repubblica* (2,37% e 1,78%): si tratta di un utilizzo dei verbi tipico di testi formali e non scontato, alla luce degli altri dati sullo stile delle bufale. Forse ci saremmo attesi una minore formalità negli articoli ingannevoli, anche se abbiamo già avuto modo di notare la preferenza per alcuni tratti che caratterizzano un italiano più "corretto", quasi scolastico, come l'uso dei pronomi *egli*, *essi*, *costoro* ecc. (anche il passato remoto risulta più frequente: 2,26% nelle *Bufale* contro 1,40% in *Repubblica*). Tuttavia le notizie false evidenziano anche un uso più frequente dell'imperativo (1,47% contro 1,11% di *Repubblica*), che potrebbe indicare il tentativo di stabilire un contatto più diretto col lettore, confermato dall'uso più frequente della seconda persona nei verbi (per esempio, in *Bufale* troviamo 38 verbi che terminano in *-ete* ma solo 6 in *Repubblica*): per quanto riguarda la seconda persona, troviamo esempi come *Condividi questa vergogna italiana!* o *Controllate le bollette, vi vogliono fregare*.

2.2.7. Parla come mangi (seconda parte)

Infine, la differenza forse più evidente e trasversale a tutti i livelli di analisi dei corpora riguarda il registro linguistico. In generale, il registro di un testo viene collocato su una scala dal basso (informale, poco attento alla grammatica e alla struttura del testo) all'alto (formale, complesso, ricco di lessico ricercato). Tendenzialmente un registro si collega ai diversi usi della lingua (per scrivere un romanzo, per scrivere un articolo, per parlare a una conferenza, per spiegare una lezione, per chiacchierare...), e al rapporto tra gli interlocutori (useremo un registro informale con gli amici, formale con gli estranei). Per definire il registro occorre guardare all'assetto generale del testo, a tutti i livelli. Alcuni esempi saranno sicuramente più d'aiuto: l'italiano dei giornali evidenzia un registro medio (frasi brevi e informative, lessico specifico di tipo politico, economico ecc.), l'italiano della burocrazia un registro alto (lessico desueto, formale, frasi lunghe e complesse), l'italiano informale un registro basso (lessico quotidiano ed espressivo, poca attenzione per la correttezza grammaticale) e così via.

Repubblica dimostra, all'analisi, di rappresentare il modello di italiano giornalistico: i periodi (le frasi) sono brevi ma tendono alla nominalizzazione (cioè presentano più nomi che verbi) e, come avviene tipicamente nella lingua scritta, sono presenti in misura limitata solo mezzi linguistici usati per creare riferimenti interni al testo (*più avanti, prima, qui sotto* ecc.) e non alla situazione esterna (*qui, ora, noi, voi* ecc.). Ci sono pochi aggettivi dimostrativi (*questo* e i suoi derivati compaiono solo 161 volte in *Repubblica*, mentre li troviamo ben 365 volte in *Bufale*, con *Lercio* in posizione intermedia con 250 occorrenze). Si tratta di un fenomeno dovuto al fatto che chi scrive non ritiene necessario chiarire troppo spesso come si svolge il ragionamento (come se durante la lettura di un giornale qualcuno ci dicesse a ogni riga “Hai capito?”, “Tutto chiaro?”, “Ripetiamo di nuovo se ti sei perso qualcosa”): dopotutto, possiamo sempre rileggere. Nelle bufale, invece, gli autori sembrano ignorare deliberatamente questa norma dello scritto e forse “scrivono come parlano”, un possibile risultato del tentativo di far passare il messaggio più efficacemente.

Lercio e *Bufale* mostrano tratti che avvicinano il loro stile a un registro più basso, influenzato dalla lingua parlata. La seconda persona viene usata più spesso, forse in funzione conativa (cioè

nell'intento di rivolgersi direttamente al lettore e persuaderlo di qualcosa, come nel linguaggio pubblicitario), e sfruttano maggiormente i riferimenti sia al testo che alla situazione esterna. Diversi campi lessicali-spia confermano l'ipotesi del registro informale: il turpiloquio e il lessico colloquiale e creativo in *Lercio*, i verbi pro-complementari (tipici della lingua orale, caratterizzati dalla presenza fissa di particelle pronominali come *ci*, *la*, *ne* che hanno perso il loro significato originario: *starci*, *fregarsene*, *prenderse la* ecc.) e le iperboli in *Bufale*.

In *Bufale*, inoltre, troviamo un curioso tentativo di elevare il registro tramite pronomi (*egli*, *ella*, *esso*, *essa*, *essi*) e dimostrativi (*ciò*, *tale*, *costoro*) percepiti come formali dal parlante inesperto ma in realtà ormai desueti e più vicini al linguaggio scolastico (solo gli insegnanti più tradizionalisti insistono ancora a imporre l'*egli* soggetto al posto del *lui*) o burocratico (pensiamo alle formulazioni da azzecagarbugli che troviamo sui certificati rilasciati da uffici pubblici) che allo stile giornalistico.

Anche i campi semantici legati ai temi-cardine dei quotidiani contribuiscono a farci sospettare che l'imitazione del giornalismo autorevole azzardata dagli autori di bufale e parodie non sia poi così ben riuscita: come abbiamo visto, *Repubblica* coincide con le aspettative di un giornalismo concentrato su cronaca politica, economica e giudiziaria, mentre *Bufale* e *Lercio* attingono da temi presumibilmente più 'virali', come pettegolezzi, cronaca scandalistica, (pseudo)scienza.

Insomma, a ben guardare c'è una certa differenza stilistica tra i corpora. Se *Repubblica* passa a pieni voti la verifica dello stile giornalistico, non si può dire lo stesso di *Lercio* e *Bufale*, che non riescono a celare dietro le loro strategie linguistiche l'intento parodistico o ingannevole dei loro autori: anche quando cercano di imitare gli articoli di attualità, la povertà di dettagli, la scelta di temi insoliti e la scarsa capacità di imitare l'italiano giornalistico rivelano che si tratta di notizie false.

2.3. Un approccio quali-quantitativo: i titoli

I titoli sono un condensato di ciò che ritroviamo negli articoli: imparando a riconoscerne le particolarità, possiamo rafforzare le ipotesi fatte in base all'analisi degli articoli. Per via della loro brevità, tuttavia, le loro caratteristiche sono troppo diverse da

quelle del corpo degli articoli per poterli sottoporre all'analisi quantitativa. Inoltre, non sarebbe scientificamente accurato limitarsi a quest'ultima, dato che i titoli sono corti e, senza corpora abbastanza sostanziosi da far analizzare ai software, si rischiano risultati inaffidabili. Pur sfruttando alcune misurazioni, abbiamo dunque valutato i titoli con un'analisi qualitativa, cioè leggendoli a uno a uno, per poter ricavare qualche osservazione interessante.

Alcune delle particolarità che emergono, soprattutto in riferimento alla lunghezza, riguardano entrambi i corpora di notizie false, mentre i dettagli stilistici sono propri soprattutto di *Bufale*. I paragrafi che troverete qui di seguito possono quindi essere utili soprattutto per individuare notizie false ingannevoli.

2.3.1. Caratteristiche fondamentali

Ancor prima di leggerli, possiamo notare che i titoli di notizie vere e false si differenziano per la loro lunghezza media: i titoli di *Bufale* e *Lercio* sono lunghi più del doppio (13 parole) di quelli di *Repubblica* (5 parole). Riportiamo sotto un tipico esempio scelto dal corpus *Repubblica*.

2) Mogherini all'Onu: ecco il piano Ue sui migranti (9 parole)

Nelle bufale troviamo invece titoli come il seguente:

3) Lira italiana: è ufficiale, da Gennaio 2016 sarà reintrodotta la valuta italiana rimossa nel 2002 (15 parole)

Si possono dare due spiegazioni a questa differenza. La prima è che in un quotidiano come *Repubblica* normalmente viene usato un paratesto più complesso, formato da titolo, sottotitolo, occhiello, citazioni estratte dal corpo dell'articolo: le informazioni da dare al lettore possono essere diluite in tutte queste diverse componenti, perciò non è necessario che il titolo sia particolarmente lungo. Un'altra motivazione può essere dovuta alla piattaforma su cui vengono pubblicati gli articoli, che nel caso di *Repubblica* è sia digitale sia cartacea, con le limitazioni tipografiche che ne conseguono, mentre nel caso delle notizie false è solo online. Si potrebbe dire che i titoli di notizie false sono "nativi digitali" e non hanno limitazioni di spazio.

L'altra differenza fondamentale si riscontra nella struttura dei titoli. Su *Repubblica* i titoli seguono in massima parte poche strutture definite e ottimizzate per concentrare le informazioni in poco spazio, rimuovendo tutte le parole non necessarie. Un tipico esempio è una sola parola per introdurre l'argomento principale (*EU*, oppure *Elezioni*), separata con un segno d'interpunzione (i due punti o la virgola) dal resto del titolo, dove tutte le parole superflue vengono eliminate (nell'esempio che segue sono inserite tra parentesi quadre parole utili a un possibile "completamento" del titolo):

4) Is: 5 [terroristi sono stati] arrestati in Australia, volevano decapitare [dei] poliziotti

Nelle notizie di *Lercio* si imita questo stile, usando però più parole. Nelle bufale vere e proprie, invece, la differenza è evidente: i titoli sono più lunghi, lo stile è molto più libero, e compare spesso un riferimento diretto al lettore. Ecco un titolo di ben 30 parole:

5) Quello che non Vi dicono: ARGENTO COLLOIDALE meglio di qualunque antibiotico, potrebbe essere efficace anche contro Ebola. Ma non ce lo diranno mai perché non conviene alle lobby farmaceutiche !!

2.3.2. Ortografia e punteggiatura: niente penna rossa!

Se diamo un'occhiata più approfondita ai titoli di *Bufale*, salta all'occhio una certa libertà nell'ortografia. Gli errori veri e propri non sono così frequenti, ma in compenso emergono molti altri segnali di scarso controllo o poca attenzione alla forma. Tornando al lungo titolo citato nel paragrafo precedente, possiamo notare un uso delle maiuscole insolito (*quello che non VI dicono: ARGENTO COLLOIDALE [...]*) e due punti esclamativi in chiusura, oltretutto separati dall'ultima parola con uno spazio. Tanto per avere un confronto, la Tabella 3 riporta la frequenza di punti interrogativi ed esclamativi nei titoli dei diversi corpora.

	Bufale	Lercio	Repubblica
Punto esclamativo	27	13	0
Punto interrogativo	11	5	2

Tabella 3 – Frequenza di punti interrogativi ed esclamativi nei titoli dei diversi corpora

Nei titoli di *Repubblica* l'esclamativo non viene usato nemmeno una volta, e gli interrogativi compaiono meno di un quinto delle volte rispetto a quanto accade in *Bufale*; *Lercio* sta a metà tra i due. Insomma, uno o addirittura due punti esclamativi o interrogativi sono un segnale che abbiamo scovato una bufala. Se poi troviamo qualche spazio di troppo (o mancante: nella stampa ufficiale l'uso della punteggiatura e della spaziatura è molto regolato), possiamo starne quasi certi.

2.3.3. *Allusioni e clickbait: notizie o pubblicità?*

Molti titoli di bufale si concentrano sulla reazione del lettore invece che sul fatto da descrivere: un tipico titolo di una bufala (in cui, peraltro, si può anche notare la mancanza di spazi dopo i punti interrogativi e fermi) potrebbe essere:

6) Sapete cos'è questo? A breve tutti noi ne avremo uno a vita. Alcuni già lo hanno. Ecco perchè. VIDEO

Il titolo inizia con un verbo alla seconda persona, che include il lettore nella notizia, e prosegue alludendo a un oggetto (presumibilmente ritratto in una foto a corredo) che però non viene descritto nel titolo, così come viene lasciato in sospeso il motivo del suo utilizzo. Questa tecnica, mutuata dallo stile giornalistico anglosassone e dal linguaggio pubblicitario, viene definita *clickbait* (letteralmente in inglese, "esca per i clic"): una frase accattivante che si rivolge direttamente al lettore e lo spinge a cliccare sul link per continuare a leggere e conoscere l'argomento.

2.3.4. *Il lessico: è ufficiale, ma anche pazzesco*

Abbiamo già notato la tendenza all'esagerazione durante la nostra analisi quantitativa. È una caratteristica, questa, che si fa ancora più evidente quando si tratta dei titoli: abbondano aggettivi come *incredibile*, *assurdo*, *shock*. Per gli autori di bufale sembra fondamentale stupirci e provocarci, iniziando dal titolo:

40

7) Secondo uno studio shock le mammografie sono una crudele bufala medica

Un altro aspetto curioso del lessico è la tendenza a introdurre il titolo con formule come è *ufficiale* (che compare in ben sei titoli su 150 di Bufale), è *stato stabilito* o simili. In retorica tali costruzioni, definite *apodittiche*, individuano gli strumenti linguistici che puntano a convincere il lettore che ciò che sta per leggere è proprio vero, per quanto improbabile:

8) Sbarchi: il Viminale ha deciso, dal 2015 ogni Italiano dovrà ospitare un immigrato per 30 giorni nella propria casa

Un'altra caratteristica, già individuata nell'analisi quantitativa, è l'inopportuna presenza di abbreviazioni:

9) ULTIM'ORA Sgarbi distrugge collezione opere d'arte Ricoverato alla neuro

Usi come quello nell'esempio (*alla neuro* è un'abbreviazione adatta al linguaggio colloquiale, ma inopportuna per un titolo di giornale) non comparirebbero nei titoli di un quotidiano autorevole, dal quale ci si aspetta un uso della lingua più formale.

3. Smascheriamo le fake news imparando a leggerle

Alice Lokar

Come si legge un articolo oggi? O meglio: come si apprende una notizia oggi? Una grande quantità di informazioni passa attraverso il filtro dei social network; un articolo, sia che sia stato pubblicato da una testata giornalistica attendibile, sia che si tratti di un testo che veicola una notizia falsa, può essere postato sui social e condiviso migliaia di volte.

3.1. Prima di leggere

Ora torniamo alla domanda iniziale: come si legge un articolo oggi? La risposta è: spesso non si legge affatto. Come sostiene Jakob Nielsen, infatti, gli utenti sul web non leggono, ma si limitano a scorrere la pagina notando singole parole o frasi che saltano all'occhio. L'informatico danese è arrivato a teorizzare l'*F-Shaped Pattern*, ovvero un modello di lettura della pagina web che ricalca la forma della lettera F. In sostanza, gli utenti tenderebbero a seguire un percorso di lettura prestabilito, secondo il quale prima si legge la parte superiore del testo da sinistra verso destra, per poi proseguire alla seconda riga e percorrere un'area minore rispetto alla prima, fino ad arrivare a un movimento verticale verso il basso nel quale gli utenti si limita-

no a leggere la prima porzione di testo, soffermandosi solo sui dettagli che ne catturano l'attenzione.

Comunque, si legge poco e molto rapidamente. Inoltre, spesso gli articoli condivisi sotto forma di *post* si presentano solamente con il titolo e un'immagine a corredo; nel caso in cui li si voglia leggere è necessario cliccare sul *post* e si viene reindirizzati sul sito che ha pubblicato l'articolo. Tuttavia questo passaggio viene compiuto raramente: più spesso l'occhio dell'utente viene catturato dal titolo sensazionalistico e la "notizia" viene condivisa senza troppe riflessioni.

Chi scrive e pubblica fake news conosce bene questo meccanismo e lo usa a proprio vantaggio; si creano titoli sensazionalistici che hanno un aspetto parecchio diverso da quello dei veri titoli giornalistici. Vengono usate espressioni che creano allarme, che presentano parole scritte in lettere maiuscole e svariati punti esclamativi. Paragonato al taglio informativo dei titoli di articoli giornalistici attendibili, un titolo scritto in questo modo ha più possibilità di catturare l'attenzione dell'utente.

Quali sono le immagini che accompagnano i titoli sensazionalistici? Criminali colti in flagrante, carabinieri e poliziotti in azione, virus visti attraverso la lente del microscopio e scienziati all'opera fanno parte del commento fotografico a questi articoli. Spesso è proprio la foto a catturare l'attenzione del lettore che, senza approfondire l'argomento, condivide la notizia sui social media. Il titolo e il corredo iconografico, insomma, concorrono ad aumentare la circolazione della fake news; quindi contribuiscono ad aumentare la probabilità che qualcuno legga effettivamente il testo dell'articolo.

Passiamo dunque alla fase successiva: cosa succede nel caso in cui il lettore, invece di fermarsi al titolo, clicchi sul *post* e decida di leggere l'articolo? Se è fortunato, ancor prima di cominciare a leggere può trovare un indizio utile a smascherare la notizia falsa. Il primo suggerimento, infatti, può essere il nome del sito: *Gazzetta della Sera* ad esempio, sito su cui vengono pubblicate fake news di vario argomento, ricorda molto il *Corriere della Sera*, o comunque ha l'aria di essere una fonte attendibile, giornalistica. Si tratta di un esempio di "siti fotocopia", vale a dire siti i cui nomi fanno il verso a testate conosciute e attendibili. Questa somiglianza crea nel lettore una sensazione di familiarità con ciò che già conosce e, se è poco attento, il lettore in questione può scambiare il sito che pubblica notizie false per una vera testata giornalistica.

Titolo scioccante, immagine suggestiva e sito facsimile sono soltanto gli aspetti più superficiali dell'architettura di una fake news. Leggendo attentamente il testo, infatti, è possibile trovare altri elementi validi per identificarne la falsità. In questo capitolo, dunque, cercheremo di distinguere e analizzare gli elementi utili per imparare a leggere e interpretare correttamente questo tipo di testi. L'obiettivo è quello di fornire un formulario pratico per sviluppare una capacità di lettura critica e consapevole e per non cadere nelle trappole, più o meno grossolane, degli autori di fake news.

3.1.1. Siti fotocopia

Come già accennato, il nome del sito sul quale è pubblicato un articolo può dirci molto sull'attendibilità di una fonte. Un sito come *la Repubblica* (sic), che scimmiotta il quotidiano *la Repubblica*, è un evidente tentativo di trarre in inganno un lettore poco attento. Allo stesso modo il nome della testata giornalistica *Il Fatto Quotidiano* è stato storpiato in *Fatto Quotidaino* (sic), anch'esso facilmente equivocabile.

Gli autori di fake news utilizzano questo stratagemma per creare un'illusione di attendibilità del sito che pubblica la notizia. In questi casi la somiglianza non riguarda soltanto il nome del sito, ma anche il tipo di carattere usato: si può quindi affermare che l'intenzione dei produttori di fake news sia quella di ingannare il lettore. Vediamo un esempio di confronto tra testata "fake" e testata vera:



Il lettore ha familiarità con il nome del sito e il tipo di carattere con cui viene presentato ed è quindi propenso a leggere (in velocità) quel nome secondo quello che gli esperti chiamano il proprio "bias di conferma", un processo mentale che consiste nel selezionare le informazioni in modo da porre maggiore attenzione a quelle che

confermano le nostre convinzioni; in sostanza, il lettore riconduce quel nome e quel tipo di carattere a ciò che già conosce. Chi legge è dunque indotto a pensare di trovarsi davanti a un sito già noto che considera attendibile; di conseguenza sarà più propenso a concedere credibilità agli articoli pubblicati.

Il primo passo per rivelare l'attendibilità di una notizia consiste dunque nel risalire, nei casi in cui sia possibile, alla fonte dell'informazione e accertarsi dell'effettiva natura del sito che si sta visitando. Il controllo della fonte è preliminare alla lettura del testo.

3.1.2. *Titoli sensazionalistici*

Il titolo del testo può già darci delle informazioni preziose: a differenza dei veri articoli giornalistici, spesso le fake news hanno un titolo con alcune parole scritte in maiuscolo oppure con uno o più punti esclamativi in chiusura. Va da sé che un titolo scritto in questa maniera cattura l'occhio del lettore, che viene spinto a condividerlo e, magari, a cliccare sul link e leggere l'articolo. Di norma il punto esclamativo alla fine di una frase viene usato per dare un tono enfatico: l'enfasi, però, non ha nulla a che fare con gli articoli giornalistici, che dovrebbero semplicemente veicolare un'informazione neutrale.

Ma non è finita qui: spesso il punto esclamativo nei titoli segue espressioni che creano allarme e che colpiscono l'emotività del lettore. All'autore della bufala basta inserire "ATTENZIONE" all'inizio del titolo, oppure "È ALLARME" alla fine e il gioco è fatto. Vediamo alcuni esempi:

10) ATTENZIONE a questa Moneta da 2 Euro. Se l'avete potreste essere ricchi

11) Avvistato nelle acque italiane il pesce scorpione. E scatta l' ALLARME

12) UFFICIALE: Si torna alla Lira dal 1 Gennaio 2018. La DECISIONE SHOCK

13) Il virus del morbillo sconfigge il cancro. Ma ci si ostina a sconfiggere il virus del morbillo!

Chi si imbatte in un titolo architettato in questo modo tende a diffondere immediatamente la notizia per farla arrivare a quante più persone possibile.

Perché è così importante, per chi scrive fake news, catturare l'attenzione del lettore e indurlo a diffondere la notizia? Perché la visita al sito rappresenta un guadagno; si tratta infatti di una strategia chiamata in inglese *clickbait*, una parola la cui traduzione letterale potrebbe essere “esca per clic”. Questa definizione si riferisce a un contenuto il cui scopo principale è attrarre l'attenzione dei lettori e incoraggiare i visitatori a cliccare il link di una pagina web. I titoli sensazionalistici rappresentano dunque un'esca gettata al lettore che, cliccando sul link, aumenta il numero di visite al sito e, di conseguenza, i guadagni provenienti dalle inserzioni pubblicitarie.

3.1.3. *Ehi tu! Sì, proprio tu!*

All'interno delle fake news è spesso contenuta un'esplicita esortazione rivolta al lettore affinché questi condivida la notizia. Si tratta di frasi come questa:

**SCRIVI BASTA
E CONDIVIDI !**

CONDIVIDI SE NE HAI ABBASTANZA!

CONDIVIDI SU FACEBOOK ➔

Queste esortazioni sono chiamate dai linguisti “atti illocutori esercitivi” e fanno parte degli “atti linguistici”, in quanto le parole che li compongono non si limitano a descrivere qualcosa ma danno delle vere e proprie istruzioni al lettore e comportano quindi degli effetti pratici. In particolare, queste espressioni presuppongono che chi le scrive o pronuncia abbia una certa autorità e, di conseguenza, assegnano un obbligo al destinatario. Nella pratica, l'autore della bufala si rivolge in modo diretto al lettore e instaura un rapporto di confidenza eccessiva, in cui il lettore si sente coinvolto personalmente. In questo caso l'esortazione richiede al lettore una risposta pratica, un'azione: il testo non si accontenta di informarlo, bensì cerca di persuaderlo a condividere la notizia.

È importante notare che nell'informazione neutra, caratteristica delle vere testate giornalistiche, non si verifica il contatto diretto tra autore e lettore; invece nelle fake news questo contatto è necessario. Per l'autore di un messaggio falso è fondamentale avvicinarsi al lettore e ottenerne la partecipazione. Anche in questo caso la motivazione principale è da ricercare nei guadagni provenienti dalle condivisioni dei link e dalle conseguenti visite al sito. Più persone raggiunge la bufala, maggiore sarà l'introito.

L'autore della bufala ha quindi bisogno di coinvolgere chi legge e spesso lo fa usando lo strumento dell'indignazione. Tipica conclusione di una fake news è l'esortazione:

CONDIVIDI SE SEI INDIGNATO

Bisogna tenere presente che chi diffonde fake news non vuole far riflettere il lettore su aspetti paradossali della realtà, come invece accade nel caso di notizie satiriche. Queste rappresentano una deformazione dichiarata della realtà, allo scopo di evidenziarne gli aspetti grotteschi. Al contrario, chi diffonde la disinformazione sfrutta l'ignoranza del pubblico e l'incapacità di leggere un testo e valutarne i contenuti per veicolare informazioni false, suscitando astio e indignazione.

3.2. Leggiamo il testo

Gli aspetti analizzati fino a qui sono preliminari alla lettura delle fake news; oltre a questi elementi superficiali, ce ne sono altri che, per essere notati, richiedono la lettura dell'articolo. Alcuni di questi elementi riguardano la struttura del testo; altri invece riguardano più nello specifico le parole che vengono usate nel testo e il modo in cui vengono usate. Partiamo dall'aspetto strutturale per eccellenza: lo schema della narrazione.

3.2.1. *Sempre la stessa storia*

Chi scrive e pubblica fake news adotta uno schema narrativo fisso per favorire la presa di posizione da parte dei lettori. In sostanza, l'autore del testo usa una sorta di canovaccio, uno schema predefinito di narrazione, entro i confini del quale troviamo dei soggetti

fissi. Ognuno di questi svolge una funzione prestabilita; l'attore cambia, ma la parte recitata è sempre la stessa. Per capire questo aspetto basta pensare a una fiaba qualsiasi: c'è sempre un antieroe che crea una rottura dell'equilibrio iniziale, una vittima che subisce le ingiustizie inflitte dall'antieroe e un eroe che, infine, ripristina l'equilibrio iniziale punendo l'antieroe e risarcendo la vittima.

Questo schema, tipico della fiaba, è stato teorizzato negli anni '60 da Vladimir Propp, linguista e antropologo russo, che studiò un corpus molto ampio di fiabe russe e ne trasse la struttura poi proposta come modello di tutte le narrazioni. Propp non identifica i personaggi in sé, ma piuttosto le sfere d'azione. Lo schema generale della narrazione è fisso: equilibrio iniziale / rottura dell'equilibrio iniziale / peripezie dell'eroe / ristabilimento dell'equilibrio. Sia la funzione tipica dei personaggi sia lo schema narrativo fisso possono essere applicati alla struttura narrativa delle fake news.

In una tipica fake news a tema immigrazione, ad esempio, la parte dell'antieroe viene svolta dall'immigrato, mentre la parte della vittima viene assunta dal cittadino italiano che subisce un'ingiustizia o una violenza da parte dell'antieroe. Un ruolo particolare viene svolto dall'autore del testo, che agisce come "aiutante": questa figura, introdotta dal semiologo Greimas, nei termini della nostra analisi coincide con il datore dell'informazione, vale a dire con l'autore della falsa notizia. L'aiutante fornisce l'informazione al lettore e lo mette in guardia; in questo modo la vittima (il cittadino italiano singolo in quanto esponente della collettività) viene spronata a ribellarsi e a diventare l'eroe della situazione. Si usa inoltre il pronome personale *noi* per favorire l'immedesimazione del lettore nel ruolo di vittima ("noi italiani") e si esorta il lettore a condividere la notizia per esprimere il proprio dissenso ("condividi se ne hai abbastanza"). Nel testo l'antieroe viene spesso definito *immigrato* o *straniero* senza l'attribuzione del nome proprio; si attua cioè una vera e propria spersonalizzazione dell'individuo, considerato come figurina astratta appartenente a una categoria sociale o etnica. Grazie a questa semplificazione il messaggio può facilmente essere esteso a situazioni differenti.

A questo punto è facile intuire il motivo per il quale queste notizie false vengono modellate su un canovaccio prestabilito. Lo schema narrativo fisso viene utilizzato con lo scopo di far immedesimare il lettore nella vittima – il cittadino italiano che subisce la violenza –

e di schierarsi a priori a favore di quest'ultimo. In sostanza si tratta di uno stratagemma per accattivarsi la simpatia del lettore. Inoltre è uno schema produttivo che può essere replicato a piacimento. Dall'obiettivo di un guadagno economico si è quindi passati a uno scopo più raffinato: la manipolazione di un pubblico, la formazione di luoghi comuni che uniformino il pensiero. Ritorneremo più avanti su queste considerazioni.

3.2.2. *Noi vs. loro*

Come già accennato al § 3.2.1., uno dei meccanismi usati dagli autori di fake news per creare schieramenti nell'opinione pubblica è rappresentato dall'uso particolare che si fa del pronome personale *noi*, al quale si aggiunge e contrappone *loro*. Questi pronomi vengono sfruttati con lo scopo di creare due poli distinti e in contrasto l'uno con l'altro; l'intento è quello di identificare dei gruppi sociali in opposizione polare e accattivarsi la simpatia del lettore invitandolo (più o meno subdolamente) a schierarsi, ovviamente a favore dei "nostri".

Un esempio molto diffuso è rappresentato dagli articoli di "cronaca" che hanno come argomento l'immigrazione. In questi articoli non vengono esposti i fatti in maniera neutrale, ma vengono più volte ripetuti il pronome *noi*, che si riferisce agli italiani, e il pronome *loro*, che si riferisce agli immigrati. Più specificamente, il pronome *noi* viene spesso accompagnato all'attributo di nazionalità "italiani", mentre al pronome *loro* non viene attribuita alcuna specificazione.

Quando riguardano il tema dell'immigrazione, le fake news offrono un altro interessante aspetto su cui riflettere: in questi articoli gli attributi di nazionalità o provenienza (definiti "etnici" in linguistica) vengono usati come nomi:

14) Roma, turista russo manda all'ospedale due *rom*

15) L'altro vedendo la sorte del suo compagno ha sfoderato un coltello e ha iniziato a minacciare il *russo*

16) Il *nigeriano* non poteva sapere che fare a pezzi una persona sia un reato in Italia

50

Al contrario, in un vero articolo di cronaca si sarebbe preferito il loro uso aggettivale, che suona più *politically correct* ("l'uomo di nazionalità russa", "il cittadino nigeriano", e così via). Questo uso

non neutrale degli etnici implica una connotazione negativa dei soggetti ai quali si riferiscono; sarà facile a questo punto per il lettore schierarsi dalla parte “giusta”, ossia quella suggerita dall'autore dell'articolo. L'espedito testuale cerca di vincolare il lettore a una precisa interpretazione della notizia. Vediamo un articolo del 13 marzo 2017 dal sito *Gazzetta della Sera*:

SENEGALESE TENTA RAPINA IN SUPERMERCATO, PESTA I CARABINIERI E POI SI METTE A LEGGERE IL CORANO

RIMINI – Un immigrato senegalese di 44 anni tenta di rapinare la cassa di un supermarket, aggredisce i carabinieri con calci e pugni, poi si mette a leggere il Corano.

Sceso dalla pattuglia, il 44enne si è improvvisamente trasformato in una vera e propria furia aggredendo i militari dell'Arma. **Un sottufficiale è stato raggiunto da un violento pugno al volto mentre, un brigadiere, è stato colpito con un potente calcio allo sterno.** Con estrema fatica, i carabinieri sono riusciti a spingere nuovamente nell'abitacolo lo straniero che, così come si era improvvisamente agitato, è tornato tranquillo iniziando a leggere il Corano. Con l'arrivo dei rinforzi, il senegalese è stato fatto nuovamente scendere e portato in cella dove è stato arrestato per rapina impropria e lesioni. I due carabinieri feriti, invece, hanno dovuto ricorrere alle cure dei sanitari del pronto soccorso.

All'interno dell'articolo ci si riferisce al presunto rapinatore con forme sostituenti quali “un immigrato senegalese”, “lo straniero”, “il senegalese”. Notiamo dunque come l'uso connotativo degli etnici sia tipico delle fake news che hanno come obiettivo la discriminazione razziale; la tendenziosità dell'articolo in questo caso si traduce in un vero e proprio intento discriminatorio.

È anche interessante notare che nell'articolo vengono evidenziate in grassetto le aggressioni ai carabinieri, per indurre l'occhio del lettore a soffermarsi sulle percosse subite dalle forze dell'ordine di nazionalità italiana. Ciò si ricollega a quanto già detto al § 3.1. sul modello di lettura “a F” per i testi sul web; infatti, se

è vero che il lettore è portato a scorrere il testo senza leggerlo nel dettaglio, è molto probabile che la frase messa in evidenza sarà quella che attirerà l'attenzione per prima.

Nel testo però troviamo anche espressioni come “*violento pugno*”, “*potente calcio*”: si tratta di aggettivi valutativi che non dovrebbero comparire all'interno di un articolo di cronaca, il quale dovrebbe veicolare l'informazione in maniera neutrale. Gli articoli giornalistici di cronaca, infatti, sono testi di tipo descrittivo/narrativo; dovrebbero descrivere i fatti ed essere portatori di un messaggio puramente informativo. Spesso gli articoli fake vengono meno a questo principio: vedremo ora in quale modo avvenga la violazione del principio di informatività.

3.2.3. *L'accentuazione dell'espressività*

Le fake news a volte vengono diffuse a sostegno di una particolare tesi; lo scopo dunque può essere non soltanto semplicemente guadagnare dalle visite al sito, ma anche convincere il lettore della validità di un'idea o di un'opinione e portarlo a schierarsi a favore di quest'ultima. Solitamente questo meccanismo si instaura nei casi di dibattito su temi “caldi” dell'attualità; è facile trovare articoli che propongono schieramenti serrati e prese di posizione nette e indiscutibili in tema di vaccini, immigrazione, politica ecc.

La struttura argomentativa dei testi in questione si regge sul giudizio e sulle valutazioni personali dell'autore, che vengono inclusi all'interno del testo. Queste opinioni, però, non vengono esposte in modo esplicito ma implicitamente, mediante l'uso di espressioni valutative non neutrali, quali avverbi e aggettivi che rappresentano una chiara presa di posizione da parte di chi li usa.

Porto un esempio tratto da un articolo datato 29 agosto 2015, che diffonde un (falso) allarme per la carne bovina affetta da AIDS; non può che trattarsi di una fake news in quanto l'AIDS non può aggredire i bovini (bisogna però possedere questa nozione), ma nel testo si legge: «*purtroppo* la carne *infetta* è arrivata nei *nostri* supermercati». La presenza dell'avverbio di valutazione *purtroppo*, dell'aggettivo *infetta* e anche del possessivo *nostri* induce il lettore a percepire la notizia in maniera molto diversa rispetto a una notizia data oggettivamente (per es. «la carne è arrivata nei supermercati»). Nella versione fake l'uso dell'avverbio *purtroppo* esplicita il giudizio dell'autore del testo, l'aggettivo *infetta* fa leva sull'emoti-

vità del lettore e il possessivo *nostri* coinvolge direttamente tutti i lettori nell'emergenza. Questi strumenti vengono utilizzati perché l'autore della bufala non può produrre un'argomentazione scientifica della tesi che espone nel testo. La notizia è basata su dati falsi, non dimostrabili in alcun modo scientificamente, perciò chi scrive fonda le proprie teorie sul complottismo e cerca di suscitare l'indignazione del lettore in modo da raggiungere il proprio obiettivo: creare un contenuto adatto a essere viralizzato, ossia diffuso in maniera capillare (nonostante si tratti di una bufala colossale, l'articolo ha avuto infatti migliaia di condivisioni su Facebook).

Vediamo altri esempi di avverbi e aggettivi (segnalati con il corsivo) attraverso i quali si manifesta un'espressività accentuata:

- 17) si tratta dell'*ennesima* tragedia annunciata
- 18) poteva *tranquillamente* essere evitata
- 19) *come sempre* a rimetterci sono stati i cittadini
- 20) due rom *ben* noti alle autorità

Come si vede, lo scopo è quello di lavorare sull'emotività del lettore accentuando sfumature valutative che non dovrebbero comparire in una cronaca oggettiva. Gli aggettivi e gli avverbi non sono neutrali; il messaggio che si vuole trasmettere non è puramente informativo, bensì aggiunge una connotazione negativa o positiva, a seconda dei casi (un altro esempio può essere: «ci pare un *ottimo* spunto su cui riflettere»). In questo modo il lettore non viene informato di un fatto (sempre che il fatto si sia realmente verificato), ma gli viene fornito un giudizio preconfezionato sul fatto stesso. Il meccanismo è: «non ti spiego semplicemente cosa è successo, ma ti spiego cosa è successo e in più ti dico anche che cosa pensare al riguardo». Questo meccanismo funziona particolarmente bene se costruito su notizie ricorrenti nella cronaca: casi di corruzione degli uomini politici; sbarchi di migranti; scandali nell'ambito della sanità e altri argomenti riguardo ai quali l'allarmismo può trovare terreno fertile.

Tra le espressioni che accentuano l'espressività del testo ce ne sono alcune che evocano inquietudine, ansia o perfino catastrofismo. Aggiungiamo altri esempi di nomi e aggettivi a quelli già visti sopra:

- 21) Questa *tortura* ha avuto come cavie 8 agnellini che per alcune settimane sono vissuti artificialmente

22) I capi di bestiame allevati e macellati in condizioni igienico sanitarie *terrificanti* non venivano sottoposte ai regolari controlli veterinari

Il sostantivo *tortura* e l'aggettivo *terrificanti* sono espressioni iperboliche e di conseguenza non adatte a un articolo che dovrebbe essere denotativo. La ragione di tanto allarmismo va ricondotta anch'essa allo scopo di lucro; segnali di pericolo di questo tipo fanno scattare l'impulso a condividere la notizia. Chi legge viene messo in allarme e "fa girare" l'articolo per far arrivare la notizia a più persone possibile e, com'è ormai chiaro, maggiori saranno le condivisioni, maggiori i guadagni.

Nel secondo esempio c'è anche un errore che riguarda la concordanza tra il genere del soggetto che è maschile («i capi di bestiame») e quello del verbo che invece è al femminile («sottoposte»). I refusi compaiono anche nei "veri" articoli giornalistici e nel caso in esame potrebbe trattarsi di un semplice errore di battitura; tuttavia è bene specificare che queste disattenzioni possono essere più comuni quando si tratta di articoli fake, che non hanno alle spalle una redazione organizzata che si incarica di correggere eventuali refusi e che quindi vengono pubblicati senza revisioni sistematiche.

3.2.4. Detto e non detto

Gli autori di fake news sono ben attenti a specificare solo i dettagli di cui hanno bisogno per raggiungere il proprio scopo. Alcune informazioni racchiuse nel testo sono molto vaghe e spesso approssimative; si lascia al lettore il compito di interpretarle in modo da confermare le proprie convinzioni e ignorare le informazioni che le contraddicono. Questi testi lavorano sull'induzione: dal caso particolare, attraverso sottintesi e incompletezze, portano a formulare conclusioni universali. Chi scrive notizie false, ad esempio, usa spesso forme impersonali; vediamo un esempio tratto da un articolo pseudoscientifico del 3 marzo 2017, il cui titolo recita "Il virus del morbillo sconfigge il cancro. Ma ci si ostina a sconfiggere il virus del morbillo!":

23) da anni *si dice* che il virus del morbillo va eradicato e che è da considerare peggio della peste bubbonica, poi...*si scopre* che sconfigge il cancro

Questo articolo sostiene che il virus del morbillo sia una cura miracolosa per il cancro e lo fa senza preoccuparsi di portare dati a conferma delle affermazioni fatte nel testo. L'uso della forma impersonale (*si dice, si scopre*) è perfettamente in linea con questa modalità di diffondere e recepire le notizie false, ed è quasi superfluo aggiungere che nel testo non viene precisato il soggetto ('colui che compie l'azione') al quale si riferisce questa forma. Chi scrive notizie false ha capito bene quali sono gli elementi da precisare e far risaltare nel testo e quali elementi invece possono essere omissi o vagamente accennati. L'elemento a cui si dà rilievo in questo esempio è l'espressione *peste bubbonica* che, come già spiegato al § 3.2.3., rappresenta un'accentuazione dell'espressività che scatena l'emotività del lettore e che non dovremmo trovare in un articolo scientifico. Va anche rilevato che le forme impersonali sono usualmente presenti nei testi scientifici, nei quali hanno valore denotativo; nel caso delle fake, invece, valgono per attenuare la responsabilità di chi compie le affermazioni.

Un altro aspetto relativo alla vaghezza di alcune informazioni negli articoli fake riguarda gli indicatori di quantità, come nell'esempio che segue:

24) Ha del raccapricciante l'ultima proposta di legge spinta con forza dal governo PD, servo delle multinazionali, che recentemente ha imposto l'obbligo vaccinale, violando *diversi punti* della costituzione

A quali "punti" (si intenderà: 'articoli') si fa riferimento? Quanti esattamente? Nel testo non viene precisato. Risulta chiaro quindi che le fake news si fondano proprio sull'approssimazione, su statistiche accennate (ad es. «ormai i bambini non si ammalano nemmeno più di morbillo, si ammalano però sempre più di cancro»), sull'uso di quantificatori indefiniti ed espressioni evocative, mai precise (ad es. «la maggior parte»), che però sembrano confermare una percezione diffusa.

Insomma, il confine tra detto e non detto nelle fake news si situa sulla linea che separa ciò che conviene dire da ciò che conviene omettere. A volte però il quadro si complica ulteriormente e l'autore della bufala dice qualcosa che porta con sé un messaggio secondario, sottinteso dal lettore. È il caso delle "implicature", chiamate così da linguisti e semiologi perché implicano, appunto, un secondo significato che si affianca a ciò che viene detto espli-

citamente ma che non è direttamente ricavabile dalle parole usate nel testo. Vediamo l'esempio di un post comparso nel gennaio 2017 su Facebook; si tratta di un banale fotomontaggio che condivide la notizia sulla patente gratis per tutti gli immigrati:



In questo articolo leggiamo “mentre eravamo tutti distratti dalla tragedia del terremoto, proprio ieri il Senato ha approvato (...) la modifica dell’art. 126 ter del cod. della strada”; al di là della oggettiva falsità dell’informazione (infatti questa modifica non è mai stata apportata e non esiste alcun art. 126 ter del cod. della strada), se ci fermiamo al significato letterale della frase in corsivo, non troviamo un filo logico che la collega al testo che segue. Si sta facendo intendere qualcosa attraverso un’affermazione che apparentemente non è collegata a quella successiva: tra le due non c’è un nesso coerente, a causa del salto di tema. Inoltre la congiunzione *mentre* esprime un collegamento temporale (e non causale, come invece cerca di dare a intendere l’autore). A causa dell’implicatura il lettore accoglie il significato implicito suggerito dall’autore della fake news, che vuole comunicare l’idea che il governo italiano abbia agito “alle spalle” dei cittadini “distratti dalla tragedia del terremoto”. In questo modo l’autore fa leva ancora una volta sull’emotività del lettore, suscitando rabbia e indignazione.

Le implicature rientrano nella pragmatica, la branca della linguistica che si occupa degli effetti che le parole hanno sui nostri comportamenti, sui nostri ragionamenti e sulla nostra visione del mondo. L'esempio analizzato sopra contiene però altri aspetti, di natura più strettamente linguistica, a cui in parte abbiamo già fatto accenno in precedenza. Ad esempio salta subito all'occhio il riferimento diretto al lettore, esaminato al § 3.1.3. ("Scrivi basta e condividi!"): il lettore viene sollecitato a condividere il post sui social media e a esprimere la propria indignazione riguardo alla notizia. A questo si aggiunge l'espressività accentuata dall'avverbio *ben* ("con ben 30 punti iniziali"); anche questo elemento gioca a favore dell'accentuazione di sfumature valutative che, come è ormai chiaro, non dovrebbero comparire in una cronaca oggettiva. Troviamo poi il pronome personale *noi* accompagnato all'attributo di nazionalità ("noi italiani!") che contribuisce a creare due schieramenti contrapposti e a far coincidere l'identità del lettore con quella della collettività (gli italiani) in opposizione agli "immigrati".

3.2.5. *Mezze verità*

È facile dunque intuire che l'autore di fake news gioca molto sulla scarsa propensione del lettore a informarsi e approfondire l'argomento della notizia, anche basandosi sui collegamenti logici tra le varie parti del testo. Talora, studiando la struttura dell'articolo e risalendo alla fonte dell'informazione, il lettore potrebbe scoprire che non si tratta di una notizia completamente falsa, ma piuttosto di una notizia vera riplasmata dall'autore della bufala per aumentare le visite a un sito o per diffondere la propria tesi sull'argomento. In questo caso chi scrive usa a proprio vantaggio l'ignoranza del lettore e la sua scarsa capacità di comprendere e interpretare correttamente il testo.

Ad esempio, sul sito *Ultim'ora24* nel mese di marzo del 2017 è stato pubblicato un articolo dal titolo: «Taranto – Crolla Palazzo – Immigrati costruivano abusivamente sul terrazzo». A parte il fatto che è poco chiaro come un solo atto di abusivismo su un terrazzo possa far crollare un intero edificio, se si legge con attenzione il titolo è immediata la percezione che viene veicolata degli "immigrati" come colpevoli del crollo. Tuttavia, per un lettore attento e allenato è facile intuire che potrebbe trattarsi di una notizia falsa: l'iperonimo "immigrati" nel titolo rappresenta un chiaro campanello d'allarme. Sarebbe sufficiente fare una breve ricerca sul web

per scoprire che sul sito “bari.repubblica.it/cronaca”, nello stesso giorno della notizia sospetta, fu pubblicato un articolo dal titolo: “Taranto, crolla il solaio di un palazzo: illesa una donna. L'edificio è stato evacuato”. In questo articolo non si fa alcun riferimento agli immigrati. La notizia dalla quale siamo partiti dunque è solo parzialmente falsa; ciò contribuisce a ingannare il lettore che, avendo già sentito in precedenza la notizia vera, può facilmente ricollegarla al secondo articolo, ritenendo quest'ultimo più informativo perché è più ricco di dettagli e menziona gli “immigrati”. Un simile atteggiamento è più probabile soprattutto in chi ha sviluppato un pregiudizio contro gli organi di informazione e contro gli immigrati.

Le fake news si basano frequentemente su notizie vere che vengono manipolate; chi scrive si appoggia a fatti realmente accaduti e li modifica facendo leva su stereotipi diffusi. Uno degli aspetti linguistici che si collega a questa circostanza è rappresentato dal modo in cui vengono sfruttati i nomi propri per inventare personaggi inesistenti ricollegabili a persone e istituzioni che, invece, sono ben note. Vediamo un esempio: la notizia in questione circolava come post su Facebook, accompagnata dall'immagine di un medico (protagonista di un conosciuto *reality show* trasmesso dall'emittente televisiva *Real Time*).



In questo esempio ritroviamo alcuni elementi che già conosciamo e che possiamo individuare come indizi di falsità della notizia, ovvero l'accentuazione dell'espressività per mezzo dell'avverbio

ovviamente e il riferimento diretto al lettore che viene esortato a condividere la notizia. L'elemento che ci interessa ora però è un altro: chi è Giuseppe Prodi, fratello di Romano? Il nome proprio in questo caso si riferisce a una persona inesistente. A chi ha architettato questa fake news non interessa accusare una persona in particolare, ma piuttosto la classe politica italiana, o meglio, una determinata parte politica. Poco importa che il personaggio esista o meno; ciò che importa è che quel nome proprio sia rapportabile a quella determinata categoria proprio perché si riferisce a un suo rappresentante di spicco. Inoltre nell'esempio viene accusata l'informazione giornalistica televisiva che, a detta dell'autore della falsa notizia, insabbierebbe le notizie che mettono in discussione la reputazione degli uomini politici. Chi scrive sa perfettamente di avere poche probabilità di venire smascherato; si gioca anche in questo caso sulla scarsa propensione del lettore a informarsi e approfondire gli argomenti trattati nel testo.

D'altro canto nelle bufale troviamo riferimenti costanti a fonti autorevoli; in alcuni casi, soprattutto negli articoli che diffondono disinformazione scientifica, l'autore del testo ha bisogno di citare alcuni particolari per rendere credibile la notizia. Come abbiamo già detto al § 3.2.3., poiché l'argomentazione su basi scientifiche non è possibile quando si comunica una notizia palesemente falsa, chi scrive ricorre ad altri stratagemmi per garantire l'autorevolezza delle affermazioni fatte nel testo.

Come è possibile far credere a chi legge l'articolo che si tratti di una notizia vera e attendibile? È sufficiente fare riferimento nel testo alla provenienza dell'informazione mediante l'uso di "indicatori evidenziali" che segnalino la fonte dell'informazione (anche se inventata di sana pianta) e che vengano usati per dare credibilità all'articolo. Se il lettore considera autorevoli certe fonti di notizie, va da sé che considererà vero e attendibile ciò che queste dicono su un argomento. Spesso, ad esempio, in articoli scientifici troviamo nomi di medici, specialisti e più in generale fonti autorevoli che ci garantiscono la validità delle informazioni proposte. Nelle fake news il rimando a "fonti autorevoli" viene sfruttato per creare nel lettore l'illusione di leggere una notizia vera. Negli articoli di questo tipo possiamo leggere nomi di cliniche, università, riviste; spesso si fa riferimento al Ministero della Salute oppure più genericamente troviamo "gli scienziati" o "i medici". Un lettore poco informato, di fronte a questi indicatori che rimandano a fonti autorevoli, è

propenso a concedere fiducia all'autore e a non mettere in dubbio la veridicità delle informazioni. Vediamo alcuni esempi tratti dall'articolo che promuove il morbillo come cura per il cancro, già citato precedentemente:

25) Sono riusciti a farlo i ricercatori statunitensi della Mayo Clinic di Rochester

26) L'articolo è per ora comparso sulla rivista edita dallo stesso ospedale in cui lavorano i ricercatori, **Mayo Clinic Proceedings** ma la ricerca prosegue e gli studi sono promettenti

Nell'articolo vengono citate sia la clinica nella quale lavorano i ricercatori che hanno fatto la scoperta scientifica, sia la rivista scientifica sulla quale è stato pubblicato l'articolo. È interessante notare che il nome della rivista è citato in grassetto e a caratteri più grandi rispetto al resto del testo, similmente a quanto accade nell'esempio al § 3.2.2.; questo lo fa risaltare agli occhi del lettore e lo induce a soffermarsi sulla fonte dell'informazione. Peraltro, in questo esempio è anche contenuto un errore di ortografia, perché la parola inglese che indica gli atti dei convegni scientifici è "*proceedings*". Ma chi crede alla notizia non starà tanto a sottilizzare!

3.3. Riassumendo

In conclusione, notizie vere manipolate per creare articoli fake, nomi propri usati per inventare personaggi inesistenti e fonti autorevoli citate abbondantemente per aumentare la credibilità del testo sono tutti aspetti che riguardano l'utilizzo di elementi noti per accrescere la diffusione delle notizie false.

Oltre alle fasi preliminari alla lettura del testo (siti fotocopia, titoli sensazionalistici, esortazione esplicita al lettore), ci sono dunque altre caratteristiche che vengono alla luce mentre si legge una fake news. Innanzi tutto notiamo la ricorrenza di uno schema narrativo fisso che dà una struttura prestabilita all'articolo; i personaggi che si muovono entro i confini di questo schema ricoprono dei ruoli predefiniti e la sequenza delle fasi della narrazione è sempre uguale. Oltre a questo aspetto strutturale, emergono tratti più propriamente linguistici: lo sfruttamento dei pronomi personali per creare due schieramenti contrapposti, le

denominazioni etniche usate per riferirsi a individui e l'espressività accentuata mediante sostantivi, aggettivi e avverbi iperbolici che suscitano l'emotività del lettore e lo spingono a condividere la notizia.

In aggiunta a quello che viene detto però, è necessario dare rilevanza anche a ciò che non viene detto: chi scrive notizie false fa spesso uso di espressioni vaghe e approssimative. Si usa ad esempio la forma impersonale senza specificare il soggetto dei verbi di parola ("si dice..."), oppure si inducono i lettori a fare dei ragionamenti senza dichiararli apertamente, attraverso dei sottintesi (implicature). D'altra parte, vengono usati anche riferimenti a personaggi e fonti noti e quindi autorevoli, per dare credibilità alla notizia o attaccare intere categorie di persone. Lo scopo finale è sempre quello di far circolare la notizia il più possibile, sfruttando economicamente le visite che i lettori fanno alle pagine web delle bufale.

4. Cane morde uomo: un esempio di analisi

Alice Lokar

Elia Silvestro

Adottare due diversi punti di vista sulle notizie false ci ha permesso di acquisire una serie di strumenti per verificare l'affidabilità di una notizia. Mettiamo ora in pratica il nostro vademecum concentrandoci su una vera (!) e propria bufala.

L'articolo che analizzeremo è stato tratto dal portale Bufale.net (www.bufale.net/home/bufala-rom-si-introduce-villa-noto-imprenditore-prova-rapire-figlio-sbranato-dai-suoi-2-pitbull-bufale.net). Gli autori del portale, che hanno già censito notizie simili in passato (vedi alla pagina dedicata all'articolo), ci informano che si tratta della fusione di due canovacci narrativi tipici delle notizie false: la trama che vede i pitbull dell'imprenditore derubato punire i ladri di etnia rom viene combinata a quella del cane eroico che, avendo amputato a morsi la gamba di un rapinatore nordafricano, rischia l'abbattimento. Riportiamo il testo dell'articolo, la cui forma grafica è stata mantenuta quanto più simile possibile a quella originale:

Si Introduce In Villa Di Noto Imprenditore E Prova A Rapire Il Figlio: SBRANATO Dai Suoi 2 Pitbull

È successo nella notte di ieri, e un tentativo di rapimento è finito in tragedia. Siamo a Monza, dove nella villa di un noto imprenditore del luogo, ma il tentativo di rapimento da parte di un ROM è stato fermato da due pitbull che l'imprenditore teneva in giardino. I due cani, sono riusciti appena in tempo a fermare l'uomo che già aveva afferrato il bambino, e con grande coraggio lo hanno strappato alle grinfie del malvivente.

Il tutto è accaduto intorno all' 1.54 di ieri notte. Andrei Ionescu, 38 anni, già noto alle autorità per diversi furti e risse, e appartenente alla comunità ROM che risiede nella periferia di Monza, si è introdotto nella villa di un noto imprenditore, che per ragioni di sicurezza è voluto rimanere anonimo, per tentare di rapire il figlio di appena 6 anni che dormiva beatamente nella sua stanza.

Nonostante i sistemi di sicurezza, Andrei Ionescu è risucito comodamente ad introdursi, e ha poi forzato la finestra della stanza del bambino. Sicuramente il fine era quello di chiedere un cospicuo riscatto alla famiglia dell'imprenditore, ma per fortuna non è andata così. I due pitbull dell'uomo, infatti, si sono letteralmente scagliati sull'aggressore appena è saltato dalla finestra della stanza del bambino, con in braccio il bambino. In un solo momento lo hanno afferrato e letteralmente sbranato!

Grazie all'intervento dei due cani il bambino è salvo. Gravi invece le condizioni dell'uomo, dovute a una brutta emorragia per una ferita profonda sul collo, dovuta a un violento morso. I due cani adesso rischiano di essere abbattuti. SOSTENIAMOLI! FACCIAMOCI SENTIRE! ABBIAMO DIRITTO ALLA DIFESA! W I CANI!

Possiamo iniziare da qualche dato sulla pubblicazione dell'articolo. Il sito su cui è stato pubblicato, *tutto24.com*, non è più accessibile (consultato il 22/07/2018), ma da una ricerca su *archive.org*, una sorta di archivio delle pagine Internet, sappiamo che la pagina contenente l'articolo portava la data dell'11 agosto 2017. Nel caso dell'articolo in questione, quindi, il controllo della fonte, preliminare alla lettura del testo, risulta impossibile. Il sito web *bufale.net* però ricopia fedelmente il titolo e il testo dell'articolo, ed è proprio il titolo a fornirci i primi elementi utili a smascherare la notizia falsa:

27) ROM Si Introduce In Villa Di Noto Imprenditore E Prova A Rapire Il Figlio: SBRANATO Dai Suoi 2 Pitbull

Torneremo ancora sugli aspetti grafici; per il momento notiamo che l'attributo etnico "ROM", scritto a lettere maiuscole per catturare l'occhio del lettore, viene usato come nome. L'altra parola messa in evidenza dai caratteri maiuscoli è "SBRANATO", espressione iper-

bolica che denota un'espressività accentuata, aspetto caratteristico delle fake news. Questi elementi contribuiscono a creare un titolo sensazionalistico che suscita curiosità e invita a leggere l'articolo (e di conseguenza contribuisce ad aumentare le visite al sito).

Passando ai numeri riguardanti i contenuti, notiamo innanzitutto una lunghezza totale del testo (268 parole) e una lunghezza media delle frasi (19,84 parole, se non si tiene conto della serie di brevi incitamenti al termine dell'articolo) in linea con i valori riscontrati nel corpus di bufale analizzato.

Parole del titolo: 18

Parole dell'articolo: 268

Punteggiatura: 12 punti fermi, 5 esclamativi

Lunghezza media frase: 15,76 parole (se si ignorano gli ultimi 4 costrutti esclamativi: 19,84 parole)

Rivediamo l'articolo secondo le chiavi di lettura proposte precedentemente. **Un canovaccio "evergreen"** caratterizza l'articolo: come segnalato dal portale *Bufale.net*, la notizia analizzata è il risultato della fusione di due canovacci esistenti. È facile coglierne la ricetta del successo virale: in un solo articolo troviamo i temi della sicurezza e dei furti, gli stereotipi etnici, la proverbiale inefficienza della giustizia italiana e, infine, l'estrema aggressività del pitbull, il cane pericoloso per eccellenza.

Già dopo una prima lettura possiamo quindi intravedere qual è la **struttura narrativa** del testo: **la vittima** in questo caso è un "noto imprenditore" di Monza e suo figlio di "appena 6 anni" che, mentre "dormiva *beatamente* nella sua stanza", ha subito un tentativo di rapimento da parte dell'**antieroe**, "un ROM", che è stato fermato dall'**eroe** della narrazione, rappresentato dai due pitbull che l'imprenditore teneva in giardino. L'autore dell'articolo veste invece i panni dell'**aiutante**, che diffonde la notizia e alla fine del testo incita i lettori a sostenere i cani attraverso **l'atto illocutorio esercitivo** (cioè un enunciato che dà vere e proprie istruzioni al lettore):

28) SOSTENIAMOLI! FACCIAMOCI SENTIRE! ABBIAMO DIRITTO ALLA DIFESA! W I CANI!

L'atto esercitivo porta a galla un altro aspetto visto precedentemente, ossia la creazione di **schieramenti** attraverso l'uso del pronome *noi* contrapposto a *loro*; qui però il *noi* è incorporato all'atto illocu-

torio attraverso l'uso della prima persona plurale ("sosteniamoli", "facciamoci", "abbiamo"). Si crea così un rapporto di vicinanza tra l'autore della notizia e il lettore, che in questo modo si sente parte di quello schieramento.

L'articolo manca inoltre di **oggettività** perché tradisce una mancanza di distacco dalla vicenda. Diverse parole ci comunicano la posizione dell'autore ("sicuramente il fine era...", "per fortuna non è andata così"). Il campo semantico quasi fiabesco lascia trasparire una narrazione ben poco oggettiva, caratterizzando inoltre la contrapposizione di ruoli di buoni e cattivi ("i cani sono riusciti *appena in tempo*...", "le *grinfie* del malvivente", "il figlio dormiva *beatamente*..." e così via) senza risparmiarsi **dettagli cruenti** ("letteralmente sbranato", "una *brutta* emorragia" ecc.). Notiamo dunque molte **espressioni enfatiche** non neutrali che risultano insolite per un articolo che dovrebbe essere una cronaca oggettiva dei fatti. Vediamo alcuni esempi:

29) un tentativo di rapimento è *finito* in tragedia

30) i due cani sono riusciti *appena in tempo* a fermare l'uomo

31) con *grande coraggio* lo hanno *strappato alle grinfie* del malvivente

32) tentare di rapire il figlio di *appena* 6 anni che dormiva *beatamente* nella sua stanza

Da questi esempi risulta chiaro il tono che l'autore dà al racconto: l'antieroe viene chiamato *malvivente*, mentre dei cani (eroe della narrazione) si dice che hanno avuto *grande coraggio* nel salvare la vittima indifesa, ovvero il bambino che dormiva *beatamente*.

Proseguiamo con altri esempi dal testo:

33) nonostante i sistemi di sicurezza, Andrei Ionescu è riuscito comodamente a introdursi

34) *sicuramente* il fine era quello di chiedere un cospicuo riscatto alla famiglia dell'imprenditore, ma *per fortuna* non è andata così

Nella prima frase, attraverso l'avverbio *comodamente*, chi scrive vuole sottintendere il luogo comune secondo il quale le persone di etnia rom avrebbero la caratteristica di essere ladri scaltri ed esperti. Nella seconda frase poi, l'avverbio *sicuramente* rafforza il lettore in questa convinzione e ne suscita l'indignazione,

che lo porta a condividere **la valutazione finale** *per fortuna*. In conclusione, gli **avverbi e aggettivi** evidenziati in corsivo negli esempi qui sotto soddisfano il desiderio di giustizia che si crea nel lettore indignato:

35) i due pitbull dell'uomo, infatti, si sono *letteralmente* scagliati sull'aggressore

36) in un solo momento lo hanno afferrato e *letteralmente* sbranato

37) *brutta* emorragia

38) ferita *profonda* sul collo

39) *violento* morso

L'acme dell'enfasi si raggiunge con l'atto esercitativo finale, sottolineato da ben **quattro punti esclamativi e dalle lettere maiuscole**; queste ultime compaiono anche in altri punti a sottolineare il ruolo del cattivo, impersonato dal ladro rom.

Per quanto riguarda i dettagli del fatto, l'articolo presenta una non scontata ricchezza di informazioni: sono nominati il luogo della vicenda e un orario, ma si rimanda con **scarsa precisione** a "ieri" (interpretabile alla luce della data di pubblicazione del post). Con un occhio più critico, oltre alla vaghezza del riferimento a "ieri", potremmo considerare alquanto laconica la menzione di "furti e risse" per le quali il ladro sarebbe noto "alle autorità" (quali? Per quali fatti?). L'autore del testo quindi non riporta la data precisa in cui sono avvenuti i fatti; non ne ha bisogno perché comunque il lettore è distratto dagli elementi enfatici che ne suscitano la curiosità, e preferisce non farlo perché così la notizia è già pronta per essere riproposta in futuro, magari cambiando solo qualche dettaglio.

Dal punto di vista dell'**ortografia**, anche il lettore che si lasciasse trascinare dall'avvincente trama dell'articolo, senza insospettirsi per la scarsa oggettività o la vaghezza dei dettagli, non potrà non notarne la forma approssimativa. Segnaliamo diversi refusi ("ceh", "risucito"), un periodo sintatticamente incompleto ("dove nella villa di un noto imprenditore del luogo"), ripetizioni ("bambino", "dovute [...] dovuta"), una virgola di troppo tra soggetto e verbo ("I cani, sono riusciti..."). Queste disattenzioni sono in linea con l'ipotesi secondo la quale le fake news, essendo articoli che non hanno alle spalle una correzione redazionale, sarebbero più

inclinati a contenere refusi o errori grammaticali e testuali. Inoltre l'uso delle maiuscole non segue le norme di redazione, sia per quanto riguarda le parole provocatoriamente scritte in maiuscolo nel corpo dell'articolo, sia nel titolo, scritto con le iniziali di ogni parola in maiuscolo secondo il modello anglosassone. Infine, l'abbreviazione contenuta nell'incitamento finale ci dà la prova lampante che non ci troviamo di fronte a un articolo affidabile: un articolo che si chiude con un "W I CANI" non troverebbe mai spazio tra la cronaca di un giornale autorevole.

5. Come difendersi dalle fake news

Fabio Romanini

5.1 Fake news o post-verità?

Il lettore che abbia percorso con attenzione e interesse l'analisi proposta da Elia Silvestro e Alice Lokar avrà notato come lo "smontaggio" di una notizia, o la verifica di alcune sue caratteristiche, possa consentire di valutarne l'attendibilità. Il fenomeno delle fake news ha meritato l'attenzione dei linguisti, dei sociologi e dei politologi soprattutto dalla fine del 2016: si è recentemente diffusa la consapevolezza che l'informazione sul web sia contaminata da fonti non controllate, che ovviamente non trovano spazio sui canali ufficiali, ma si servono di siti non giornalistici e dei social network per raggiungere gli utenti della rete: fake news è stata la "parola dell'anno" per il *Collins Dictionary* del 2017, con un incremento del 365% di occorrenze nei corpora usati per il dizionario rispetto all'anno precedente.

Sia per il *Dizionario Treccani* (la voce "fake news" è datata 2017), sia per lo *Zingarelli* 2019, la locuzione si lega alla rete: "notizie false, con particolare riferimento a quelle diffuse mediante la Rete" per il primo; per l'altro, invece, sotto l'entrata *fake* si legge: "in Internet, detto di sito, documento o notizia falsi, contraffatti || nella loc. sost. f. inv. *fake news*, notizia falsa, inattendibile, diffusa spec. via

Internet”. Se infatti per la carta stampata si ritiene del tutto ovvio che testate come *Corriere della Sera* o *la Repubblica* – per citare due tra le più diffuse – offrano contenuti garantiti e riflessioni sugli eventi firmate da chi esprime tali opinioni (diversamente, ad esempio, dalla stampa a diffusione gratuita), così per il web esistono fonti più e meno autorevoli. Al di fuori dei siti dei quotidiani di informazione, in particolare, si trovano nei casi migliori notizie brevi, provenienti da agenzie di stampa e non firmate, che vengono riprese con un semplice copia-e-incolla, ma accompagnate da un titolo espressivo, che ha il compito di “catturare” l’attenzione del lettore. Da questi brevi “pezzi” anonimi, senza responsabilità d’autore, si passa facilmente a notizie con un nucleo di verità ma poi “ampliate” con intenzione maligna (è un atteggiamento che riconosciamo in noi stessi, quando riferiamo – assai più innocentemente, certo – un evento che ci è capitato, ingigantendone però i particolari o facendo risaltare nella vicenda meriti che non abbiamo), fino alla vera e propria “creazione” di notizie. Dai testi informativi si sconfina facilmente nella modalità narrativa (lo ha spiegato Alice Lokar, parlando della qualità espressiva delle fake news).

Ma la definizione data dai dizionari non è soddisfacente perché è molto generica. Può accadere, anzi, che all’etichetta di “fake news” si associno concetti simili, ma non esattamente sovrapponibili. Per esempio, quello di *post-verità*, che secondo il *Vocabolario Treccani* è “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” (voce datata 2017). Per lo *Zingarelli 2019* la post-verità è il “fenomeno per cui nella discussione pubblica si affermano e si diffondono false verità, amplificate dalla rete, nelle quali la ricerca dell’effetto mediatico, l’emotività e le opinioni soggettive, prive di rigorose verifiche, prevalgono sui dati obiettivi”. Questa parola, che proviene dall’inglese americano e si riferiva in origine alla propaganda relativa alla guerra in Iraq (o già a conflitti degli anni Novanta del secolo scorso), ha avuto fortuna in Italia a partire dalla fine del 2016: ha una connotazione fortemente negativa e soprattutto, fin dalla definizione che ne dà *Treccani*, fa leva sulle emozioni e sulla *communis opinio*, che è altra cosa dai fatti verificati. In una riflessione comparsa su *L’Espresso*, Bernardo Valli afferma che la post-verità sta alla democrazia come la propaganda sta al regime: è insomma una verità affidata agli umori che denuncia una possibile fragilità

del sistema democratico, inquinato da una informazione scorretta. Ciò che è più grave è che la post-verità è conseguenza del timore che la verità ufficiale non sia affidabile. Valli riprende infine un pensiero di Hannah Arendt, secondo la quale il dibattito democratico deve riguardare i fatti, perché solo i fatti garantiscono l'informazione. Benché il contenuto di questa affermazione possa sembrare abbastanza ovvio, si deve riflettere sul fatto che con la produzione di fake news si invoca piuttosto il consenso di un gruppo (e non, appunto, i fatti) per garantire la correttezza del giudizio, la verità di una affermazione, l'autenticità del sapere proposto: la formulazione è di Paolo Labinaz e Marina Sbisà, ed è contenuta in un saggio sulla credibilità delle notizie rintracciabili in rete. Si potrebbe anche aggiungere che è fuorviante la costruzione morfologica della parola, perché presuppone che sia esistita una fase di "verità" precedente a quella di "post-verità", mentre l'uso di testi ingannevoli è probabilmente antico quanto la storia dell'uomo: basta pensare al tranello di Ulisse, che finge di chiamarsi "Nessuno" per aggirare Polifemo.

5.2 Disinformazione e "diritti atletici"

Oppure, fake news è talvolta avvicinata al significato di *disinformazione*, cioè, nella definizione che ne dà Treccani, "diffusione intenzionale di notizie o informazioni inesatte o distorte allo scopo di influenzare le azioni e le scelte di qualcuno (per es., dei propri avversari politici, dei propri nemici in un conflitto bellico, e sim.)". Per lo Zingarelli 2019 essa è "informazione errata o fuorviante diffusa intenzionalmente per influenzare l'opinione pubblica" (però come seconda accezione). Rispetto a "post-verità", che in italiano ha vita più recente e non si associa a conflitti politici o militari (diversamente dal suo equivalente americano), "disinformazione" sembra assumere, secondo i lessici, un'accezione più propriamente politica, che potrebbe derivarle dai tempi della guerra fredda, forse come calco di *dezinformatsija* (una politica iniziata nell'Unione Sovietica degli anni '20 con la creazione di strutture dedicate a operazioni di *intelligence*). In italiano, la parola compare almeno all'inizio degli anni Ottanta del Novecento. Ma entrambi questi concetti sono parte della storia umana: un esempio di *post-verità* è la caccia alle streghe della prima era moderna; uno di *disinformazione* è il trucco usato da Eumene di Cardia, che per ritardare l'attacco del nemico Antigono fa accendere fuochi notturni a una

piccola avanguardia. Così facendo, Antigono crede che Eumene sia preparato contro il suo attacco a sorpresa e decide di rimandare l'assalto a quando il suo esercito sarà più completo (così nel racconto di Cornelio Nepote). E la celebre *Donazione di Costantino*, creata ad arte durante il Medioevo per avvalorare il potere temporale della Chiesa di Roma, sarà post-verità o disinformazione? Non è questa la sede opportuna per riflettere diffusamente sul concetto politico di verità, e sulla diversità di posizioni tra chi ritiene che la menzogna, per certi aspetti della vita di uno stato, sia un “male necessario” e chi invece ritiene che ogni comunità debba disporre comunque della verità accertata.

Vorrei almeno evidenziare l'opportunità di riferirsi a “diritti atletici” (questa espressione, usata da Franca D'Agostini in un saggio uscito sulla rivista *Biblioteca della libertà*, in logica si riferisce al valore di verità di un'affermazione). Essi comprendono il diritto di essere informati in modo veridico, il diritto di essere nelle condizioni di giudicare e cercare la verità, il diritto di essere riconosciuti come fonti affidabili di verità, il diritto di disporre di autorità affidabili (e dunque di poterne giudicare il valore epistemico), il diritto di vivere in una società che favorisca e salvaguardi l'acquisizione della verità, il diritto di vivere in una società e in una cultura che riconoscano l'importanza della verità per la vita privata e pubblica. Mi pare che tutti questi sei punti siano chiamati in causa nella messa a fuoco del problema delle fake news, cioè nella diffusione abbondante di informazioni fasulle: gli individui che operano in buona fede cercano una presunta “verità nascosta” diversa da quella ufficiale, proprio perché avvertono questi diritti come calpestati dall'autorità che governa, e all'opposto coloro che diffondono consapevolmente notizie false sfruttano il principio di autorità per accreditarsi come fonti affidabili. Ecco dunque perché il problema della ricerca delle fonti – ritornerò su questo aspetto per concludere – è il discrimine fondamentale in una società in cui, malgrado la diffusione massiccia delle fake news, i diritti atletici *non* sono messi in discussione.

5.3. Fake news, verifica dei fatti, camera dell'eco

Rispetto ai suoi apparenti equivalenti di post-verità e disinformazione, dunque, la fake news, che i lessici collegano sempre alla rete, ha una storia recentissima: non possiede una profondità storica e non è associata a eventi precisi. Ciò che questo libro ha ten-

tato di dimostrare, però, è che sia non solo un fenomeno diverso, ma una vera e propria tipologia testuale. Ai tempi di Facebook e dei social network, insomma, la fake news sembra un oggetto dotato di caratteristiche proprie e prevedibili: una lunghezza più o meno predefinita (ne parla qui Elia Silvestro), uno schema narrativo vecchio quanto le fiabe del *c'era una volta*, espressioni enfatiche ecc., ma soprattutto il contributo richiesto al lettore per alimentare il fuoco del contagio: l'atto esercitivo. L'istruzione "condividi se sei indignato" è l'evoluzione della classica "dieterologia".

Per comprendere meglio la natura di questo "progresso", si può vedere il sito Disinformazione.it (sottotitolo: "oltre la Verità ufficiale"), del quale indico, giudicandole sufficienti allo scopo di illustrarne i contenuti, le categorie di raccolta degli articoli pubblicati: alimentazione, ambiente, bambini, cancro, controllo, economia, esoterismo, farmaci, massoneria, nwo (cioè *new world order*), politica, salute, storia. Se già non bastasse la presenza di "esoterismo" accanto agli argomenti più tipicamente oggetto di indignazione da parte del pubblico dei social network – più "polarizzanti", si dice ora tecnicamente –, ci si può avventurare nella lettura di qualche testo: si tratta di "pezzi" abbastanza estesi, anche oltre le 2000 parole, a funzione prevalentemente conativa, che si avvalgono di un armamentario retorico abbastanza prevedibile ma tentano di darsi una dignità scientifica, per via del riferimento a fonti e persino per la presenza di note che vi rimandano. Oltretutto, sono articoli firmati. Questo tipo di pubblicazione non è affatto una novità (fin dal secolo scorso se ne trovavano a decine, a stampa, in riviste divulgative), benché da qualche anno possa avvalersi di un pubblico potenziale molto esteso grazie alla rete; ma la lettura di un testo tanto lungo richiede una motivazione molto forte, che può essere garantita da una percentuale minima degli utenti del web. Al contrario, un brevissimo testo fondato su un *pattern* ripetuto, corredato da un titolo efficace e da una foto evocativa, è alla portata di tutti: non serve nemmeno leggerlo perché basta dare un'occhiata all'argomento del titolo. Per usare una metafora, non importa indossare gli occhiali per leggere meglio e chiaramente: anche se si è miopi, basterà stringere gli occhi e soffermarsi sul titolo scritto in caratteri grandi. Ecco dunque il progresso: da una ristretta setta di adepti, prescelti per seguire il culto come premio per il loro zelo, la fake news recupera una fetta di pubblico molto più ampia, e decisa alla "azione", purché essa si svolga non altrove

che davanti allo schermo: l'illusione di appartenere a un gruppo coeso è tale solo se si resta di fronte al computer. Molto arguta è la figura del tipico "inoltrato" di messaggi incendiari, o *hater*, impersonata da Maurizio Crozza in una delle sue figure più riuscite, quella di Napalm, uomo tanto coraggioso sulla tastiera quanto incapace di fare fronte alle più comuni situazioni reali.

Il successo della fake news è dunque dovuto non tanto alla sua (scarsa o nulla) qualità informativa, quanto alla sua qualità di elemento aggregativo di un gruppo ristretto, e già formato. In un recente studio dedicato all'informazione su internet e alla post-verità, Walter Quattrociocchi nota che la diffusione delle fake news avviene attraverso le cosiddette "camere dell'eco" (*echo chambers*), cioè ambienti chiusi nei quali le parole e le frasi "risuonano" sempre uguali a sé stesse fino a cancellare il dissenso e a non essere più messe in discussione. Ciò comporta anche una ulteriore conseguenza, l'assuefazione a parole e concetti che possono assumere la forma di slogan, "parole d'ordine" pressoché desemantizzate.

L'antidoto alla fake news è noto e alla portata di tutti: si chiama "verifica dei fatti" (*fact checking*), e consiste principalmente nella ricerca dell'autore del testo che si sta leggendo e nella riflessione sulla sua *intenzionalità* di scrittura. La diffusione di una fake news è al contrario possibile perché manca non solo la possibilità di rintracciare la fonte, ma purtroppo perché spesso tale ricerca non è considerata importante. Chi si compiace di vivere in una camera dell'eco non sembra avere voglia di uscirne. Un recente post di carattere politico ha chiamato in causa un tale Luca Boldrini, "figlio del fratello" della allora presidentessa della Camera dei Deputati, Laura. Il sito bufale.net ricostruisce la storia del post, la mancanza di fonti, l'identificazione del personaggio della foto con un ignaro utente di Facebook. Sembraerebbe una comunissima bufala, e infatti alcuni utenti più critici hanno segnalato ad altri di non diffonderla; ma una persona ha risposto: "Boh, io l'ho vista e condivisa, non mi sono soffermata molto a controllare le fonti. In ogni caso, la cosa non mi stupirebbe. È noto che ci siano casi del genere in Italia. Magari la bufala va presa cmq come testimonianza di una realtà ESISTENTE e che si perpetua da sempre". Questa risposta è davvero emblematica, perché mostra il carattere velleitario dell'incitamento alla verifica dei fatti: la persona messa in guardia dal diffondere una notizia falsa e diffamatoria contro una delle maggiori cariche dello stato, invece di mostrarsi affranta e pentita del suo

gesto, dimostra indifferenza e scarsa convinzione verso il metodo stesso (“boh”), ammette che non ha controllato le fonti ma sminuisce l’importanza del lavoro, e usa un’espressione impersonale (“è noto che”) per riferirsi – ecco una parola importante – a “casi del genere”. Esisterebbe dunque un genere di casi per i quali il nostro Paese (a differenza di altri) è famigerato. Infine, l’ultima frase suonerà familiare a chi abbia letto integralmente questo libro: vi ritroviamo l’uso del maiuscolo espressivo e il riferimento temporale vago. Ciò che inquieta è che questi stratagemmi non sono usati dall’autore della fake news, ma dal suo fruitore, che evidentemente sa riconoscerli (il che è diverso dal conoscerne l’intenzionalità, appunto) e riutilizzarli, cogliendone il valore comunicativo. Un altro aspetto rilevante è il tratto di indifferenza mostrato per la verità dei fatti e per il loro accertamento: questa potrebbe una ulteriore accezione di “post-verità”, intesa come ‘versione di comodo che esula dalla quota effettiva di verità di cui si compone’. Mi pare, questo, un buon esempio di ciò che può essere inteso per “assuefazione”.

5.4. La lotta contro le fake news: dai “decaloghi” ai “blastatori”

Questo ultimo caso concreto ci mostra un ulteriore aspetto di complicazione del quadro. Sono ormai numerosi i “decaloghi” per difendersi dalle false notizie: ne ho rintracciato per esempio uno di Facebook, “Suggerimenti per individuare le notizie false”, che è stato diffuso anche sulla carta stampata (su *La Stampa* dell’8 febbraio 2018, e probabilmente anche su altri quotidiani); c’è il “Decalogo #bastabufale” (ma, ahimè, di soli 8 punti, tanto che si poteva chiamare ottalogo, o ci si poteva sforzare di articolarlo su altri due punti) patrocinato da varie istituzioni, tra le quali RAI, Federazione italiana editori e giornalisti ecc., e promosso dal MIUR e dalla Camera dei Deputati. C’è grande interesse per la pratica del *fact checking*, tanto che l’OCSE ha dichiarato che la capacità di lettura critica di un testo deve essere sollecitata a scuola e che il prossimo test Pisa in cui si cimentano gli studenti delle scuole secondarie conterrà anche un quesito sulla verifica delle fonti. Sono nati molti “Fact-checking day” nel mondo: quello italiano ricorre il 2 aprile, data scelta perché immediatamente successiva al tradizionale giorno dei “pesci” (ma, ancora una volta, si tratta di due generi testuali diversi: il pesce deve essere svelato nella sua distanza dalla realtà per poter suscitare il riso). Sono state

varate prassi educative chiamate “alfabetizzazione informativa” o “ecosistema dell’informazione”, e possiamo menzionare anche il sito Factcheckers.it (ne dà conto Guido Romeo in un recente contributo su *nòva*, l’inserito tecnologico de *Il Sole-24 Ore*), che si aggiunge a bufale.net e alla meritoria attività di Paolo Attivissimo (il cui blog, Attivissimo.net, è stato pioniere nello smascheramento delle bufale).

Tutti questi tentativi cercano di introdurre un elemento razionale nel problema: sarebbe in fondo facile smascherare una fake news, perché basta semplicemente dimostrare la fallacia della sua fonte. Insomma, a un testo argomentativo-espressivo si oppone una dimostrazione informativa, un controllo ragionato sui contenuti. Di conseguenza, la diffusione di una mentalità critica risolverebbe il problema alla radice. Ciò tuttavia fa presa solo su una parte limitata dei destinatari: le “camere dell’eco” sono impermeabili al principio di realtà, perché hanno come elemento unificante la ricerca della dietrologia, del “non ce lo dicono”. Per questo motivo l’atteggiamento un po’ professorale di chi si picca di spiegare la verità è percepito come intrusione ostile e da respingere, proprio a conferma dell’identificazione dell’avversario “dialettico” che vuole imporre la propria autorità. Walter Quattrociochi partecipa a un progetto dell’Università Ca’ Foscari di Venezia e della London School of Economics and Political Science, denominato *Pandoors*, che si propone di tracciare la disinformazione sui social media su argomenti particolarmente polarizzanti (punto di partenza è l’immigrazione in Italia), per poterla poi contrastare secondo strategie più adeguate. Il punto nevralgico è la visione del mondo; Quattrociochi insiste particolarmente sul concetto di “narrazione” della realtà, e dunque sulla visione del mondo come struttura a forte componente emotiva. In tal caso, la soluzione migliore del problema sarebbe non una controprova oggettiva, ma una contronarrazione. Per esempio, a chi assomma i danni di un terremoto, quelli di un’alluvione e quelli di una epidemia per strumentalizzarli contro i politici corrotti che erano al governo e per affermare che in futuro certe cose non accadranno più, sarebbe inutile offrire una risposta razionale perché sarebbe evidentemente letta come posizione degli avversari politici. Vi si potrebbe piuttosto opporre una contro-narrazione, suggerendo ad esempio che la somma delle catastrofi sembra suggerire che il governo attuale porti sfortuna. Respingere le fake news con atteggiamento superiore, o classista,

alimenta la voglia di rivalsa e conferma le opinioni preconfezionate di chi coltiva una cultura del sospetto e “alternativa” rispetto ai canali ufficiali. Piuttosto, Labinaz e Sbisà invitano a riflettere sul “principio di autorità”: se le informazioni scientificamente fondate riposano su una garanzia data da un'autorità scientifica, le fake news si fanno talora forza di “epistemologie popolari”, di tentativi di legittimazione delle fonti (benché queste siano inquinate). In questi casi, dopotutto non così sporadici, l'intenzione potrebbe essere rediretta opportunamente.

Il fenomeno delle fake news e la sua strumentalizzazione politica hanno generato due particolari tipologie di reazioni. Un gruppo Facebook, “Non cielo dicono”, ha promosso l'ironia contro le fake news. Così, pubblica con cadenza martellante notizie inventate sugli argomenti più “caldi” che trovano lettori sensibili: la pericolosità dei vaccini, le scie chimiche, la contaminazione alimentare, la presenza di forme extraterrestri, e così via. La grafia “cielo” al posto del corretto “ce lo” offre già la chiave di lettura dell'attività del gruppo: chi pubblica cose del genere non può essere perfettamente alfabetizzato! Tuttavia, i gestori del gruppo non appalesano mai la propria intenzione comunicativa, e chi legge ha a disposizione la doppia chiave: divertirsi per la satira, o condividere la nuova “verità”. Potrebbe anche trattarsi di un esperimento sociologico, mirato a rilevare quanto possa essere ampio il quadro dei destinatari ricettivi. Altra reazione, molto più forte, è quella dei cosiddetti “blastatori”, dall'inglese *to blast*, ‘far saltare in aria’. In base a questo atteggiamento, una risposta sdegnata e talora perfino offensiva contro i creduloni avrebbe un valore educativo: mettere alla berlina gli ingenui potrebbe produrre in loro un senso di isolamento dal gruppo. È la strategia adottata da Enrico Mentana contro i dietrologi della politica, o da Roberto Burioni contro i cosiddetti “no vax”: a colpi di insulti e di minacce di denuncia, gli esperti tentano di deviare il senso comune dal pregiudizio di chi cerca una “verità nascosta” o “non ufficiale”. Tuttavia, il prolungarsi dello scontro e il dover ricorrere ripetutamente ai medesimi argomenti sembra dimostrare una scarsa efficacia di questo metodo: chi viene corretto, o tacciato di ignoranza, più spesso si fa vanto che un “cattedratico” – quindi detentore di una “verità ufficiale” – si opponga alla sua tesi, perché ancora una volta questo atteggiamento suona come una conferma di pregiudizio (in psicologia è il *confirmation bias*, o *bias di conferma*).

5.5 Dalla politica alla filologia

Un tale terreno infetto, così difficile da bonificare, è coltura ideale per la diffusione di germi disinformativi legati alla vita politica. Il 21 luglio 2018 *Repubblica on line* ha pubblicato la notizia della scoperta di un finto account Facebook che creava bufale contro Laura Boldrini e Roberto Saviano, due dei bersagli preferiti dagli *hater*, cioè da coloro che diffondono messaggi di odio contro persone ben identificate. Nell'articolo un "cacciatore" di false notizie, David Puente, spiega che era stato creato un profilo finto, femminile, su cui erano state caricate foto prese dalla rete appartenenti ad altri utenti, e che la notizia era stata confezionata da "una persona esperta con un metodo preciso". La finta utente aveva poi condiviso la notizia su gruppi politicamente schierati, allo scopo di ottenere l'effetto di camera dell'eco. Il "cacciatore" ha denunciato sui gruppi l'attività dell'impostora e pochi minuti dopo il profilo Facebook è stato reso non raggiungibile. Al di là del singolo caso, la notizia è inquietante perché mostra l'esistenza di persone che inquinano volontariamente le informazioni, per perseguire intenti di matrice politica. Il giornalista Paolo Mastrolilli de *La Stampa* ha progressivamente illustrato, in alcuni articoli, l'avanzamento delle indagini sulla presenza di *troll* (cioè di utenti "provocatori") russi sullo sfondo delle elezioni politiche italiane del 4 marzo 2018. Queste figure un po' fantomatiche sono identificabili perché hanno operato durante brevi lassi di tempo sui social network per poi rendere inaccessibili i loro profili: ciò pare mettere in evidenza che non si tratti di persone comuni, vittime del contagio delle bufale, ma di individui che mettono in atto consapevolmente azioni di disturbo e di polemica politica, allo scopo di influenzare l'opinione pubblica. Le tracce del loro operato evidenziano il valore strumentale dei falsi profili. Le indagini seguono quelle dello scandalo *Cambridge Analytica*, una società di consulenza che usò dati resi disponibili da Facebook per influenzare il referendum sull'uscita del Regno Unito dall'Unione Europea (che si è tradotto nella dolorosa "Brexit") e le elezioni presidenziali americane del 2016: il social network era usato come database informativo sugli utenti, in modo da individuare quelli potenzialmente più sensibili a falsi messaggi di contenuto politico. È evidente, dunque, che accanto al vantaggio economico ricavabile dall'inoltro delle fake news (il *clickbait* di cui parlano Alice Lokar ed Elia Silvestro), ha preso forma negli ultimi tempi un sistema per influenzare il pensiero politico delle persone attraverso la rete.

Se è dunque vero che le bufale e la disinformazione esistono da sempre, anche per questioni politiche, lo è altrettanto che con le fake news si dà ragione di un modello disinformativo su larga scala, almeno in parte gestito da utenti non ingenui, ma poi alimentato anche da persone comuni. Come è possibile combattere questa tendenza? Come è possibile rompere la catena di conferme e di pregiudizi? Una cura efficace non è stata ancora trovata; il fact checking resta la proposta migliore per l'attività di prevenzione, accompagnata da una buona dose di disciplina filologica: per la filologia, effettivamente, lo studio delle fake news rappresenta un'ottima occasione per ribadire il valore del proprio metodo, riscattandolo dallo scetticismo che la accompagna negli ultimi anni. A tal proposito, un esemplare lavoro di analisi della diffusione di una falsa notizia è stato pubblicato sul web da Claudio Lagomarsini, filologo romano molto attento allo studio delle fonti. Il centro della sua riflessione, la cui importanza apparirà evidente ai lettori, è che il testo non è un dato, ma è il risultato di un processo, che attraversa varie fasi di elaborazione. Esso quindi ci giunge carico di possibili manipolazioni e modifiche, e richiede un atto di interpretazione e uno di accertamento della fonte. Nel caso analizzato da Lagomarsini – una notizia satirica elaborata in modo maldestro che diventa una involontaria fake news – si affronta il problema del confine tra due testi molto simili, la satira e l'invettiva malevola, dei quali non è sempre chiara (o non viene ricercata) l'intenzionalità. Così, la scoperta, a Rignano sull'Arno, di 500.000 schede elettorali precompilate per il "Sì" al referendum costituzionale proposto dal Pd guidato da Matteo Renzi è potuta sembrare verosimile, malgrado il numero fosse volutamente spropositato; e a nulla sono valsi gli sforzi dell'autore di esplicitare ancora di più il proprio intento satirico: non il cambiamento del nome della località nello scurrile "Rignano sul Membro", o peggio ancora in "Napoli", che per lo stereotipo vulgato è la città del falso per eccellenza. Tutti questi ritocchi, avvenuti a brevissima distanza uno dall'altro (come dimostra il filologo), non hanno arrestato la raffica di condivisioni. Il perché è presto detto: la notizia, vera o falsa che possa essere, svolge la funzione di conferma del pregiudizio, consente cioè il pre-giudizio, senza sollecitare un giudizio critico sul fatto. Un atteggiamento filologico può essere dunque il vaccino migliore per proteggersi dalle false notizie: la filologia diffonde (inocula, per restare nella metafora) una mentalità critica, che rende consapevoli della qualità di quanto si legge o si ascolta.

Bibliografia ragionata

Capitolo 1

Per completezza, l'Uomo Ragno è un personaggio dei fumetti creato dagli americani Stan Lee e Steve Ditko, protagonista di diversi film di grande successo. *La guerra dei mondi* è un romanzo di fantascienza dell'autore inglese H.G. Wells, pubblicato nel 1897, poi riproposto negli Stati Uniti come sceneggiato radiofonico da Orson Welles nel 1938. Durante la trasmissione, pare che alcuni radioascoltatori abbiano realmente creduto che la Terra fosse sotto attacco marziano.

Dizionari e risorse lessicali

I dizionari consultati comprendono, per l'italiano, il *Nuovo Devoto-Oli* (pubblicato nel 2017) e lo *Zingarelli* 2019 (pubblicato nel 2018), entrambi su supporto cartaceo, mentre online è stato consultato il *Vocabolario Treccani* (www.treccani.it/vocabolario/). Per l'inglese, sempre online, sono stati consultati il *Dizionario inglese Collins* (www.collinsdictionary.com/it/dizionario/inglese) l'*Oxford Advanced Learner's Dictionary* (www.oxfordlearnersdictionaries.com/) e il *Merriam-Webster* (www.merriam-webster.com/). Tutte le

ricerche sono avvenute nel luglio 2018, così come il sondaggio su *NgramViewer* (books.google.com/ngrams), il servizio di *Google books* che permette di ricercare la frequenza di parole ed espressioni in corpora multilingui.

Studi sulla lettura su web

Jakob Nielsen è autore di diversi lavori sull'usabilità di siti e interfacce internet e ha studiato come gli utenti leggono documenti sul web nel suo saggio del 1997, *How Users Read on the Web*, disponibile all'indirizzo www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/.

Periodici satirici

Le scansioni di vari numeri di *Cuore*, l'inserto settimanale dell'*Unità* pubblicato tra il 1989 e il 1996, sono disponibili all'indirizzo www.unamanolavalaltra.it/cuore/, mentre il mensile satirico livornese *il Vernacoliere* continua le pubblicazioni ancor oggi e ha il suo sito internet (www.vernacoliere.com/), così come *Lercio* (www.lercio.it), che storpia il nome e imita la grafica del titolo di *Leggo*, un giornale italiano distribuito gratuitamente.

Leggende metropolitane e teoria del complotto

L'articolo di *Repubblica* che illustra l'esperimento di Claudio Ciavolo è disponibile nell'archivio online (ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1989/05/09/shirt-di-sicurezza.html?refresh_ce), mentre i romanzi di Umberto Eco *Il pendolo di Foucault* (1988) e *Numero zero* (2015) sono entrambi editi da Bompiani. Nell'altro suo libro *Kant e l'ornitorinco* (1997, sempre edito da Bompiani), a pagina 221, Eco immagina che Galileo, uno dei discepoli di Tolomeo, Keplero e Newton dialoghino sulla natura del sole e argomenta che, per quanto gli interlocutori facciano riferimento a quadri concettuali diversi, hanno comunque accesso a dati sensibili comuni. *Mutatis mutandis*, è come se Fabio Romani e Stefano Ondelli commentassero lo stesso incontro di calcio tra Spal e Bologna: possono anche sostenere di aver visto due partite completamente diverse, ma il risultato non cambierà. La citazione tratta dalla *Volontà di potenza* di Nietzsche e il principio di falsificazione di Popper (a partire dalla sua *Logica della scoper-*

ta scientifica) sono spesso menzionati, sempre a sproposito, da chi vuole sostenere una tesi qualsiasi a prescindere dall'esistenza di dati verificabili.

Pragmatica, atti linguistici e generi testuali

J. L. Austin fu tra i principali iniziatori della pragmatica e cercò di catalogare le forme linguistiche che permettono ai parlanti di “fare” delle cose: promettere qualcosa, condannare qualcuno, battezzare una nave (*Come fare le cose con le parole*, Genova, Marietti, 1987). Si tratta degli “atti linguistici illocutivi” (o “illocutori”) che però pongono sin da subito difficoltà per quanto riguarda la corrispondenza tra forma linguistica ed esito pratico. Tra chi si è occupato di generi testuali in ottica sociolinguistica e pragmalinguistica cito J.M. Swales (*Genre Analysis. English in Academic and Research Settings*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990 e *Research Genres: Explorations and Applications*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004), oltre a M.A.K. Halliday e R. Hasan (Halliday M.A.K., *Language as Social Semiotics. The Social Interpretation on Language and Meaning*, London, Arnold, 1979; Halliday M.A.K. & Hasan R., *Language, Context and Text. Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*, Oxford, Oxford University Press, 1989; Hasan R., “Text in the Systemic-Functional Model”, in *Current Trends in Textlinguistics*. Ed. by Dressler W. U., Berlin-New York, de Gruyter, 1977, pp. 228-246; Hasan R., “The Structure of the Nursery Tale: an Essay in Text Typology”, in *La linguistica testuale*. A cura di Coveri L., Roma, Bulzoni, 1984, pp. 95-114).

Esempi di parodia del genere testuale dell'articolo di ricerca tra inglese e triestino sono disponibili all'indirizzo mononbehavior.altervista.org, mentre il software *SClgen* per la redazione di falsi articoli scientifici nel campo dell'informatica (è sufficiente indicare il nome dell'autore o degli autori per avere un articolo completo), con informazioni sulla diffusione dei testi, è scaricabile qui: pdos.csail.mit.edu/scigen/. I lavori di Labbé e Labbé sull'argomento si trovano ai seguenti indirizzi web: hal.archives-ouvertes.fr/file/index/docid/756376/filename/LabbeLabbeNeuchatel2012.pdf; hal.archives-ouvertes.fr/hal-00641906/ e per una panoramica è possibile consultare: www.pacte-grenoble.fr/actualites/des-outils-bibliometriques-comme-puissante-incitation-a-la-fraude-et-aux-mauvaises-pratiques.

Capitolo 2

Caratteristiche della lingua dei giornali

La voce “Lingua dei giornali” dell’*Enciclopedia dell’italiano* Treccani, consultabile in rete all’indirizzo [www.treccani.it/enciclopedia/lingua-dei-giornali_\(Enciclopedia-dell%27Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/lingua-dei-giornali_(Enciclopedia-dell%27Italiano)/), offre un panorama generale dell’argomento ed è un valido strumento di confronto con la lingua delle notizie false, rispetto alle quali la letteratura è più scarna. Per approfondimenti consigliamo Maurizio Dardano, *Il linguaggio dei giornali italiani*, 2° ed., Roma-Bari, Laterza, 1986, nonché il più aggiornato *L’italiano giornalistico. Dall’inizio del ’900 ai quotidiani on line*, Firenze, Cesati, 2002, volume di Ilaria Bonomi, autrice della voce enciclopedica stessa. Sulla difficoltà di comprensione degli articoli di giornali in Italia, restano attuali le considerazioni svolte da Gian Luigi Beccaria nel saggio *Il linguaggio giornalistico* contenuto nel volume, curato da Beccaria stesso, *I linguaggi settoriali in Italia*, Milano, Bompiani, 1973, pp. 61-89. Oltre agli studi citati, un’analisi specifica sui titoli dei quotidiani è stata offerta da Stefano Ondelli in *La “messa in scena” delle notizie nei titoli dei quotidiani. Una prospettiva linguistica*. In *Problemi dell’informazione*, vol. XXI 2, pp. 223-237 e una panoramica recente è offerta da Francesca Gatta nell’articolo *Giornalismo* della *Storia dell’italiano scritto* (vol. III, *Italiano dell’uso*) a cura di Giuseppe Antonelli, Matteo Motolese e Lorenzo Tomasin, Roma, Carocci, 2014, pp. 239-347.

Linguistica dei corpora

Il volume *L’analisi automatica dei testi. Fare ricerca con il text mining*, Roma, Carocci, 2013, dello statistico Sergio Bolasco, offre una corposa descrizione dei diversi metodi di analisi di corpora linguistici, mentre una raccolta di saggi molto completa su compilazione, preparazione e impieghi di vari tipi di corpora è contenuta nei due volumi a cura di A. Lüdeling & M. Kytö, intitolati *Corpus Linguistics. An International Handbook*, Berlin-New York, Walter de Gruyter, 2008. A chi agli aspetti più teorici preferisse un esempio pratico di utilizzo di questi metodi si segnala, tra gli altri, lo studio di Ondelli e Viale, *L’assetto dell’italiano delle traduzioni in un corpus giornalistico. Aspetti qualitativi e*

quantitativi, in *Rivista internazionale di tecnica della traduzione*, 12, 2010, pp. 1-62, reperibile all'indirizzo <https://www.openstarts.units.it/handle/10077/8159>.

Software

Gli strumenti informatici utilizzati per l'analisi includono, oltre a normali elaboratori di testi e fogli di calcolo, alcuni applicativi specialistici che permettono elaborazioni di diverso tipo: *TalTAc*² (www.taltac.it), *TreeTagger* (www.ims.uni-stuttgart.de/forschung/ressourcen/werkzeuge/treetagger.en.html), e *Corrige!* (www.corrige.it) sono disponibili in maniera totalmente o parzialmente gratuita sui rispettivi siti, che mettono a disposizione anche la relativa manualistica e riferimenti a studi e ricerche condotti con queste risorse. In particolare, il sito di *Corrige!* fornisce spiegazioni esaurienti su Vocabolario di Base e indici di leggibilità.

Misurazioni quantitative

I dati sui corpora indicati nelle tabelle e all'interno del testo sono estratti dalla tesi per il Corso di Laurea in Comunicazione Interlinguistica Applicata presso l'Università degli Studi di Trieste *Incredibile ma falso: la linguistica dei corpora come metodo per individuare le bufale* di Elia Silvestro con relatore prof. Stefano Ondelli (non pubblicata).

Fonti

I testi delle notizie raccolti nei corpora sono stati recuperati agli indirizzi che seguono: ricerca.repubblica.it; www.lercio.it; www.bufale.net (quest'ultimo contiene collegamenti ai siti web delle notizie false analizzate). In particolare, gli esempi e i titoli di notizie citati nel capitolo provengono dai siti che seguono (nel caso in cui i collegamenti non fossero più funzionanti, è stato utilizzato l'archivio di pagine Internet *archive.org*):

- Il Telegrafo, "Renzi Shock : "Daremo alcune regioni italiane alla Germania per pagare il nostro debito pubblico" MA NESSUNO NE PARLA", telegrafo.altervista.org/renzi-shock-daremo-alcune-regioni-italiane-alla-germania-per-pagare-il-nostro-debito-pubblico-ma-nessuno-ne-parla/

- La Repubblica, “Mogherini all’Onu: ecco il piano Ue sui migranti”, www.repubblica.it/esteri/2015/05/11/news/mogherini_all_onu_ecco_il_piano_ue_sui_migranti-114070787/
- Il Matto Quotidiano, “Lira italiana: è ufficiale, da Gennaio 2016 sarà reintrodotta la valuta italiana rimossa nel 2002”, www.ilmattoquotidiano.it/lira-italiana-ufficiale-gennaio-2015-reintrodotta-valuta-italiana-rimossa-nel-2002/
- La Repubblica, “Is: 5 arrestati in Australia, volevano decapitare poliziotti”, www.repubblica.it/esteri/2015/04/18/news/is_5_arrestati_in_australia_volevano_decapitare_poliziotti-112236616/
- Zapping, “Quello che non Vi dicono: ARGENTO COLLOIDALE meglio di qualunque antibiotico, potrebbe essere efficace anche contro Ebola. Ma non ce lo diranno mai perché non conviene alle lobby farmaceutiche !!”, zapping.altervista.org/quello-che-non-vi-dicono-argento-colloidale-meglio-di-qualunque-antibiotico-potrebbe-essere-efficace-anche-contro-ebola-ma-non-ce-lo-diranno-mai-perche-non-conviene-alle-lobby-farmaceutiche/
- Jeda News, “Sapete cos’è questo?A breve tutti noi ne avremo uno a vita.Alcuni già lo hanno.Ecco perché.VIDEO”, jedasupport.altervista.org/blog/tecnologia/microchip-sottocutaneo-a-vita-nwo/
- Dionidream, “Secondo uno studio shock le mammografie sono una crudele bufala medica”, www.dionidream.com/secondo-uno-studio-shock-le-mammografie-crudele-bufala-medica/
- Il Corriere del Corsaro, “Sbarchi: il Viminale ha deciso, dal 2015 ogni Italiano dovrà ospitare un immigrato per 30 giorni nella propria casa”, corrieredelcorsaro.altervista.org:80/immigrazione-viminale-deciso-dal-2015-ogni-italiano-dovra-ospitare-immigrato-per-30-giorni-propria-casa
- Il Corriere del Corsaro, “ULTIM’ORA Sgarbi distrugge collezione opere d’arte Ricovertato alla neuro”, corrieredelmattino.altervista.org/ultimora-sgarbi-distrugge-collezione-opere-darte-ricoverato-neuro

Capitolo 3

Schemi e strutture della narrazione

La struttura narrativa della fiaba è stata illustrata da Vladimir J. Propp nel libro *Morfologia della fiaba*, Torino, Einaudi, 1966, mentre ulteriori approfondimenti, accanto allo schema semiotico elaborato da Algirdas J. Greimas, sono proposti da Maria Pia Pozzato in *Semiotica del testo*, Roma, Carocci, 2001.

Pragmatica, atti linguistici e implicature

Una descrizione generale della branca della linguistica che va sotto il nome di “pragmatica” è offerta da Marina Sbisà nell’articolo “Pragmatica” dell’*Enciclopedia dell’italiano*, Roma, Istituto della Enciclopedia italiana, 2011, disponibile anche online all’indirizzo [www.treccani.it/enciclopedia/pragmatica_\(Enciclopedia-dell%27Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/pragmatica_(Enciclopedia-dell%27Italiano)/). Sempre Marina Sbisà è autrice dell’articolo sui tipi illocutivi ([www.treccani.it/enciclopedia/tipi-illocutivi_\(Enciclopedia-dell%27Italiano\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/tipi-illocutivi_(Enciclopedia-dell%27Italiano)/)) e di un volume in cui, tra le altre cose, spiega come funzionano le implicature: *Detto non detto. Le forme della comunicazione implicita*, Bari, Laterza, 2007.

Fonti

Gli articoli da cui sono stati tratti gli esempi riportati nel testo sono disponibili ai seguenti indirizzi:

- Gazzetta della sera, “Senegalese tenta rapina in supermercato, pesta i carabinieri e poi si mette a leggere il corano”, www.gazzettadellasera.com/senegalese-tenta-rapina-supermercato-pesta-carabinieri-si-mette-leggere-corano/.
- bufale.net, “Carne bovina infettata da AIDS, sequestri in tutta Italia. È allarme!”, www.bufale.net/home/bufala-carne-bovina-infettata-da-aids-sequestri-in-tutta-italia-e-allarme-bufale-net/.
- SKY24ORE, “Trump: “AVEVAMO DETTO AL GOVERNO SPAGNOLO CHE L’ISIS STAVA PREPARANDO UN ATTENTATO SULLA RAMBLA, MA LORO NON CI HANNO CREDUTO”, www.sky24ore.it/2017/08/25/trump-avevamo-detto-al-governo-spagnolo-lisis-stava-preparando-un-attentato-sulla-rambla-non-ci-creduto/.
- Il Fatto Dal Web, “Roma, turista russo manda all’ospedale due rom”, www.fattidalweb.com/2017/08/20/roma-turista-russo-manda-all-ospedale-due-rom/.
- Bigodino.it, “Un lavoro che sicuramente non possono fare tutti, caratteristiche “uniche” sono fondamentali”, www.bigodino.it/animaili/740854.html?sh=wX5L2.
- MEDIC BUNKER LA VERITÀ, “Il virus del morbillo sconfigge il cancro. Ma ci si ostina a sconfiggere il virus del morbillo!”, medicbunker-la-verita.blogspot.it/2017/03/il-virus-del-morbillo-sconfigge-il.html?spref=fb.
- La Chiave Organica, “Circoncisione obbligatoria a partire dal 2020, il governo è impazzito”, chiaveorganica.altervista.org/circoncisione-obbligatoria-a-partire-dal-2020-il-governo-e-impazzito/.

- bufale.net, “Patente gratis per tutti gli immigrati che la richiedono”, www.bufale.net/home/bufala-la-patente-gratis-tutti-gli-immigrati-la-richiedono/.
- Ultim’ora24, “Taranto – Crolla Palazzo – Immigrati costruivano abusivamente sul terrazzo”, www.ultimora24.it/taranto-crolla-palazzo-immigrati-costruivano-abusivamente-sul-terrazzo/.
- Mastinu Luca, “Quest’uomo è Giuseppe Prodi, fratello di Romano”, “bufale.net”, 23 agosto 2017, www.bufale.net/home/bufala-acchiap-palike-questuomo-giuseppe-prodi-fratello-romano/.

Capitolo 5

Fonti

Delle possibili opzioni per la lotta alle fake news e del progetto Pandora’s riferiscono Walter Quattrocchi, Antonella Vicini, *Liberi di crederci. Informazione, internet e post-verità*, Torino, Codice Edizioni, 2018, e inoltre Michela Del Vicario, Walter Quattrocchi, Antonio Scala, Fabiana Zollo, *Polarization and Fake News: Early Warning of Potential Misinformation Targets*, arXiv (prepubblicazione, 2018). Si è inoltre consultata l’intervista a Walter Quattrocchi: *Come ti prevedo le fake news*, di Giulia Bona, disponibile in rete all’indirizzo www.scienzainrete.it/articolo/walter-quattrocchi-come-ti-prevedo-le-fake-news/giulia-bona/2018-04-03.

Dei problemi etici e filosofici che riguardano accertamento dei fatti e credibilità della rete si sono occupati Paolo Labinaz e Marina Sbisà, “Credibilità e disseminazione di conoscenze nei social network”, *Iride*, 30, n° 80, gennaio-aprile 2017, pp. 63-86. Ho inoltre citato l’articolo di Bernardo Valli, “Senza fatti non c’è democrazia”, *L’Espresso*, 14 gennaio 2018. Sui diritti aletici è fondamentale il saggio di Franca D’Agostini, “Diritti aletici”, *Biblioteca della libertà*, a. 52, gennaio-aprile 2017, n° 218, on line (<https://www.centroeinnaudi.it/biblioteca-della-liberta/edizione-online/199-anno-lII-n-218-gennaio-aprile-2017/9245-diritti-aletici.html>).

Per l’accertamento dei fatti e i decaloghi elaborati per sfuggire alle bufale ho scelto, tra le varie sollecitazioni della stampa cartacea e in rete, Guido Romeo, “Il fact-checking nasce a scuola”, *nòva* (inserto de *Il Sole-24 Ore*), 9 aprile 2017; il decalogo di Facebook, “Suggerimenti per evitare le notizie false”, all’indirizzo: <https://it-it.facebook.com/help/188118808357379>; il Decalogo #basta-

bufale, all'indirizzo www.miur.gov.it/-/scuola-boldrini-e-fedeli-presentano-decalogo-anti-bufale-il-progetto-riguardera-4-2-milioni-di-ragazzi.

Il sito citato nel paragrafo dedicato alla disinformazione è www.disinformazione.it; i siti che contribuiscono all'accertamento dei fatti sono www.bufale.net (il caso del finto nipote di Laura Boldrini è trattato all'indirizzo www.bufale.net/home/bufala-luca-boldrini-figlio-del-fratello-della-presidente-della-camera-laura-boldrini), <http://attivissimo.blogspot.com> e <http://factcheckers.it>.

I brevi cenni alle questioni dei condizionamenti alla vita politica operati attraverso le fake news sono ripresi in particolare da Paolo Mastrolilli, "Fake news e un esercito di *troll*: le armi della propaganda russa", *La Stampa*, 16 aprile 2018; e Paolo Mastrolilli, "Fake news, si apre il fronte di Facebook per le interferenze sul voto del 4 marzo", *La Stampa*, 5 agosto 2018.

In chiusura, la speranza filologica in un futuro migliore per l'informazione è ispirata al lavoro di Claudio Lagomarsini, "I filologi e le fake news", *Il Post*, 4 gennaio 2017, disponibile all'indirizzo www.ilpost.it/2017/01/04/post-verita-filologia.

Finito di stampare nel mese di ottobre 2018
presso EUT Edizioni Università di Trieste