

Paolo Moro – Brando Fioravanti

Verità digitale

Dalle *fake news* all'alfabetismo informativo*

Abstract

The paper illustrates the relationship between fake news, critical thinking and digital literacy and offers some reflections on the illusory effect of truth generated by misinformation in today's digital platform society. In the second part, the contribution identifies technological solutions to address digital and functional illiteracy through a new civic education and the possible evolutions of national and European law.

Keywords: Fake news – post-truth – digital literacy - functional illiteracy

Abstract

Il saggio illustra il rapporto tra *fake news*, pensiero critico e alfabetizzazione digitale e propone alcune riflessioni sull'illusorio effetto di verità generato dalla disinformazione nell'odierna società delle piattaforme digitali. Nella seconda parte, il contributo individua i rimedi anche tecnologici all'analfabetismo digitale e funzionale nell'ambito di una rinnovata educazione civica e nell'evoluzione della legislazione nazionale ed europea.

Keywords: Fake news – post-verità – alfabetizzazione digitale - analfabetismo funzionale

Sommario: 1. La verità digitale - 2. La post-verità- 3. Rimedi tecnologici 4. L'alfabetismo informativo -5. Lo sciame digitale -6. Le soluzioni educative - 7. L'evoluzione legislativa - 8. Conclusione.

1. La verità digitale

Il permanente valore sociale della verità riappare sempre più spesso nel dibattito politico, economico e giuridico dell'epoca contemporanea.

La riflessione filosofica insegna che la verità non è un dogma stabile, ma una continua scoperta che genera memoria e fiducia, come evocano i significati delle antiche parole con le quali esprimono la locuzione i padri fondatori dell'Occidente: il greco *alétheia* indica ciò che non può essere dimenticato; il latino *veritas* allude a ciò che è degno di fede.

Infatti, Aristotele dice che la verità è come l'essere, che “si dice in molti sensi, ma sempre in riferimento ad un unico principio”¹. Ne consegue che la verità riguarda non solo la molteplicità del reale e si manifesta nella pluralità dei fatti e delle opinioni, ma si riferisce anche a un principio universale che la rende senza alternative e che, quindi, ne richiede la continua ed inesausta ricerca,

* Nel presente contributo si riprendono le considerazioni contenute nel saggio “*Oltre le fake news. Diritto alla verità e alfabetizzazione digitale*” (2022: 217-268). Nel dettaglio, Paolo Moro ha redatto i paragrafi 2 e 3, mentre Brando Fioravanti è autore dei paragrafi 4, 5, 6 e 7. Entrambi hanno invece contribuito ai paragrafi 1 e 8.

¹ Aristotele (1993: 133).

giustificata dalla socratica consapevolezza di non sapere e dal costante dubitare di qualunque asserzione².

La formazione aperta e inclusiva al senso polivoco e nello stesso tempo unitario della nozione filosofica di verità appare oggi essenziale nell'uso ampiamente diffuso della rete telematica e, in particolare, di ogni *social network*, in cui si gioca attualmente molta parte dell'esistenza individuale e il ruolo sociale di chiunque.

Pertanto, la verità digitale è un valore civile, che si declina come fondamentale diritto 'atletico'³ e che si realizza nella libertà di accedere ad un'informazione obiettiva e imparziale, oggi giorno riconoscibile tra i principi generali dell'ordinamento italiano ed europeo.

La comprensione e l'esercizio del diritto alla verità, cui corrisponde il correlativo dovere di chi amministra le fonti informative, richiede una cultura filosofica, tecnologica e giuridica e, dunque, una formazione aggiornata ed interdisciplinare. Infatti, la coerente tematizzazione del diritto alla verità dell'informazione, che concerne anche la libertà di accesso a qualunque mezzo di comunicazione di massa nella città digitale, riguarda direttamente l'educazione civica⁴, che non è un insieme di precetti o criteri apodittici da insegnare o applicare, ma una proposta di riflessione critica che, nel presente lavoro, attiene alla questione più attuale ed evidente del dibattito odierno: il contrasto alla disinformazione provocata dal fenomeno delle *fake news* e il ruolo determinante dell'alfabetizzazione digitale.

L'aumento esponenziale delle *fake news*, diffuse tramite la rete telematica, ha accresciuto negli ultimi anni e in misura notevole la comprensione distorta o inesatta di fatti od opinioni (*misinformation*) da parte di chi utilizza ormai costantemente gli strumenti informatici e telematici per acquisire conoscenze senza porsi il problema dell'accreditamento e dell'obiettività dei dati informativi reperiti⁵.

Questa negligente disinformazione è provocata indirettamente dalla stessa libertà di accesso alla rete telematica e dalla mancanza per gli utilizzatori della medesima di adeguati filtri culturali e cognitivi. Nell'epoca delle tecnologie della comunicazione e dell'informazione (ICT, *Information and Communication Technologies*), il diritto di accesso all'informazione si traduce nel diritto all'accesso ad Internet o, comunque, a reti fisse o mobili che consentano a chiunque (*anybody*) di connettersi da dovunque (*anywhere*), in qualsiasi tempo (*anytime*), per usufruire di qualsiasi contenuto (*anything*)⁶.

Ma la disinformazione è favorita soprattutto dal massiccio utilizzo dei *social network*, ma anche e soprattutto dal sovraccarico di informazione (*information overload*) e dall'incapacità umana di elaborazione e assimilazione di un enorme ed ingovernabile complesso di dati rintracciabili in Internet (*big data*).

Le notizie false, diffuse sulla rete telematica e dirette a trarre in inganno il lettore, costituiscono una violazione, etica e giuridica, della libertà di comunicazione, che costituisce la forma principale di manifestazione del pensiero e che ricomprende il diritto all'informazione obiettiva. Come è noto, la libertà di comunicazione è sancita dall'articolo 21 della Costituzione repubblicana, il cui primo comma

² Moro P. (2018).

³ D'Agostini F., Ferrera M. (2019).

⁴ "L'alunno, al termine del primo ciclo, (...) è in grado di individuare le informazioni corrette o errate, anche nel confronto con altre fonti". Linee guida per l'insegnamento dell'educazione civica, adottate in applicazione della legge 20 agosto 2019, n. 92, recante "Introduzione dell'insegnamento scolastico dell'educazione civica".

⁵ Quattrociochi W., Vicini A. (2016).

⁶ Zeno-Zencovich V. (2009) in [www.treccani.it/enciclopedia/diritto-di-informazione-e-all-informazione_\(XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/diritto-di-informazione-e-all-informazione_(XXI-Secolo)/)

afferma che “Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione”.

La libertà costituzionale di manifestazione del pensiero ricomprende sia il diritto attivo di informare che il diritto passivo di informarsi: entrambe queste libertà fondamentali spettano non soltanto a chi esercita la professione giornalistica o utilizza i mezzi di comunicazione di massa, ma a tutti cittadini che costituiscono l'opinione pubblica su cui il sistema liberale e democratico della Repubblica si fonda.

L'interpretazione estensiva dell'articolo 21 è stata elaborata dalla giurisprudenza della Corte costituzionale, anche alla luce di altre disposizioni contenute nel Codice internazionale dei diritti dell'uomo, come l'articolo 19 della Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo del 1948 oppure l'articolo 10 della Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali del 1950.

È interessante notare come il rapporto del gruppo di alto livello di esperti su *fake news* e disinformazione *on line*, istituito dalla Commissione Europea e pubblicato il 12 marzo 2018, non definisca le *fake news*, ma consideri più importante la nozione di *misinformation*, includendo in tale fenomeno «tutte le forme di informazione rivelatasi falsa, imprecisa o fuorviante concepita, presentata e diffusa a scopo di lucro o per ingannare intenzionalmente il pubblico, e che può arrecare un pregiudizio pubblico» (*all forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit*)⁷.

Nel corso degli ultimi anni, infatti, il nuovo ecosistema dell'informazione si è rivelato pericolosamente permeabile alla disinformazione, soprattutto in un'epoca in cui la rete Internet è diventata la conduttrice ideale di *fake news*, con un aumento esponenziale di condivisioni acritiche delle notizie e una generale incapacità di distinguere le fonti informative. Pur essendo quindi il World Wide Web un ottimo mezzo di comunicazione e di ricerca, oltre che di conoscenza e approfondimento, è altrettanto vero che nel tempo si è trasformato da luogo ideale per la *net neutrality* a uno spazio spesso limitante per il pubblico, istituendo un sistema di *network* che non è più solo un mezzo di aggregazione, ma piuttosto uno strumento di 'disintermediazione', con enormi lacune in merito alla credibilità e alla rappresentatività sociale.

Siamo nell'epoca della cd. *Supranet*⁸ e di quello che comunemente viene definito IOT ovvero *Internet Of Things*, in cui sta affiorando una nuova frontiera dell'architettura e del *design* dell'informazione, quella degli spazi informativi condivisi nella loro totalità, sia digitale che fisica. L'architettura dell'informazione si pone da un lato come volano del *Web 3.0*, dove fisico e digitale sono intimamente connessi, e dall'altro come possibile collante tra i vari contesti di interazione uomo-informazione, da quelli fisici a quelli digitali e viceversa. IOT e dispositivi mobili hanno ormai definitivamente spinto la nostra società verso un *web* altamente pervasivo, presente in un numero sempre più ampio di oggetti e ambienti quotidiani. Ciò ha reso i confini tra *on line* e *off line*, fisico e digitale, sempre più labili, portando alla creazione di uno spazio ibrido che possiamo definire dell'informazione 3.0.

In questo quadro storico e tecnologico, nei limiti della riflessione qui offerta, si ritiene opportuno esaminare la problematica della disinformazione e delle *fake news* indicando l'esigenza di

⁷ Publications Office of the European Union (2018).

⁸ Termine coniato alla fine del XX secolo dall'azienda di analisi industriale Gartner per descrivere la fusione del mondo fisico con quello digitale/virtuale.

affrontare due questioni preliminari a qualunque rimedio legislativo o giudiziario in materia: la ridefinizione semantica della verità dell'informazione; la ricostruzione di una consapevole alfabetizzazione digitale.

2. La post-verità

Nella cultura contemporanea, la prospettiva della verità si manifesta nella comunicazione giornalistica attraverso l'obiettività dell'informazione.

Più specificamente, la narrazione che integra la 'notizia' e che trasmette così un'informazione è considerata obiettiva e, quindi, vera quando si verifica almeno una delle seguenti condizioni: la separazione tra notizia e commento; la consultazione di una pluralità di fonti; l'indipendenza dal condizionamento di qualunque potere⁹.

a) La separazione tra la descrizione della notizia e la sua valutazione, in base alla tradizionale regola delle 'cinque W' (*Who, What, When, Where e Why*) del giornalismo anglosassone, è considerata obiettiva perché permette di raggiungere la pura narrazione dell'effettivo svolgimento del fatto, cioè la rappresentazione indeformabile di una porzione della realtà esterna al soggetto, in base al criterio di verità come adeguatezza, ossia come corrispondenza tra il linguaggio e la realtà.

b) Il sondaggio di plurime fonti dell'informazione rende obiettiva la notizia quando evita il mero arbitrio nel riportare una notizia e, nelle forme e nei modi ritenuti opportuni, permette di rappresentare una storia come un insieme di interpretazioni diverse della medesima realtà, richiamando la concezione relativista della verità, secondo la quale esistono molteplici opinioni che, in ogni modo, possono coesistere in quanto egualmente valide.

c) L'indipendenza da ogni potere, per esempio politico od economico, permette di garantire l'obiettività dell'informazione quando la notizia è raccontata in modo coerente, senza l'influenza o il condizionamento di poteri gerarchici, gruppi di pressione o Istituzioni, in base alla pretesa che il comportamento dell'individuo sia insindacabile e privo di vincoli estranei alla volontà del singolo.

Queste concezioni dell'obiettività informativa presuppongono l'accoglimento di determinati criteri di significanza logica del ragionamento e, dunque, svelano differenti concezioni particolari della verità, che risultano variamente discusse dalla filosofia e dalla scienza di ogni tempo: la verità come corrispondenza logica e verificabile alla realtà; la verità come pluralismo discorsivo e consensuale; la verità come garanzia di coerente indipendenza da qualunque condizionamento.

Tuttavia, assumendo la pretesa dell'obiettività, queste visioni non sfuggono al condizionamento soggettivo che vorrebbero evitare e, quindi, appaiono unilaterali e contraddittorie¹⁰.

Infatti, la narrazione non può mai disgiungersi dal giudizio di colui che la riporta e che influisce su quella descrizione, come accade alla sequenza delle notizie riportate su una qualsiasi fonte d'informazione, il cui ordine è già indicativo di una selezione d'importanza.

Poi, la visione pluralista presume che si possa raggiungere un'obiettività priva di faziosità, ma l'intento di rappresentare la realtà secondo differenti punti di vista li rende tutte uguali e, dunque, privi di valore, con un giudizio apodittico che inficia all'origine la pretesa di neutralità.

⁹ Cavalla F. (1997: 1-27)

¹⁰ Moro P. (2017: 19-32).

Infine, l'obiettività come indipendenza da qualunque influsso esterno presuppone l'idea individualistica che il soggetto che fornisce la notizia possa conoscere la verità o addirittura ne sia la fonte, in quanto la sua volontà resta insindacabile da ogni altra ed appare l'unica degna di essere diffusa.

Dunque, le sopra indicate prospettive dell'obiettività dell'informazione non soltanto attingono ad analoghe concezioni logiche della verità, ma ne tradiscono lo stesso presupposto giustificativo, non potendo eludere il carattere arbitrario e soggettivo di un discorso che si presume neutrale ed oggettivo ovvero, nel senso ad esso attribuito da una parte dell'epistemologia moderna, 'scientifico'.

Considerando questo esito critico, è evidente che questa plurale ed equivoca visione della verità obiettiva della notizia ha subito l'urto dello sviluppo esponenziale e convergente dei *social network* digitali, alimentati dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione delle più importanti imprese commerciali che, in questo settore, hanno raggiunto il sostanziale monopolio del mercato nel primo ventennio del ventunesimo secolo: infatti, Google nasce nel 1998; Facebook, che oggi controlla anche WhatsApp e Instagram, sorge nel 2004; Twitter è fondata nel 2006.

Come è noto, anche le grandi imprese che gestiscono e organizzano i più diffusi *social network* si sono rapidamente trasformate tramite la rete delle reti Internet in nuovi e formidabili mezzi di comunicazione di massa e sono oggi investite enormemente dal problema delle *fake news* e della conseguente obiettività dell'informazione che trasmettono e condividono. È stato giustamente osservato che le piattaforme *on line* non riflettono il sociale, ma producono le strutture sociali in cui viviamo e non sono né neutrali né costrutti privi di valore, ma arrivano con norme e valori specifici inscritti nelle loro architetture: valori chiave come l'indipendenza giornalistica e la fornitura di notizie affidabili e complete sono stati oggetto di crescente attenzione da parte del pubblico poiché le piattaforme connettive sono arrivate a guidare le condizioni di produzione e distribuzione¹¹.

Esaminando i mezzi di comunicazione di massa prima dell'avvento di Internet, Marshall McLuhan aveva giustamente scritto che il *medium* è il messaggio, affermando la tesi secondo cui il mezzo tecnologico di comunicazione di massa non è neutrale, ma produce effetti sui modi di pensare e sui comportamenti dei destinatari, indipendentemente dai contenuti dell'informazione¹².

In modo analogo, nonostante l'apparente possibilità di interagire nella rete telematica, i *social media* e le *fake news* generano effetti persuasivi sulla mentalità e sulla condotta degli utenti, provocando autentici pregiudizi cognitivi (*cognitive biases*) che condizionano la capacità critica dei fruitori delle notizie in rete. Dopo aver introdotto nella tecnologia informatica il termine *virtual reality* come 'promessa per il futuro'¹³, ha accusato le principali piattaforme *social* di generare una popolarità puramente illusoria e di intrappolare gli utenti nella schiavitù della dipendenza, distorcendo il rapporto con la verità e frantumando la relazione sociale di chi si sente più connesso che mai¹⁴.

Gli algoritmi usati dai motori di ricerca e dai *social media* selezionano in modo automatico le informazioni e chiudono l'utente dentro una *filter bubble*¹⁵ nella quale ogni dato visualizzato dall'utente all'interno del suo *social account* appare in linea con gli interessi e le opinioni dello stesso.

Chi riceve o interpreta solo notizie e informazioni in sintonia con i suoi pregiudizi cognitivi ascolta un'eco delle preferenze che lui stesso ha manifestato sul *web*, rafforzando così il suo

¹¹ Van Dijck J., Poell T., De Waal M. (2018).

¹² McLuhan M., Fiore Q. (1967).

¹³ Lanier J. (199: 75-79).

¹⁴ Lanier J. (2018).

¹⁵ Pariser E. (2011).

convincimento su uno specifico argomento e creando una sorta di mondo fatto a sua misura¹⁶: il navigatore della rete telematica crede di essere autonomo, ma in realtà rimane nel sistema chiuso della propria «stanza dell'eco» (*echo chamber*). Dunque, gli algoritmi, con cui le *fake news* muovono i pregiudizi cognitivi, modulano i processi di ragionamento dei destinatari, chiusi in un'autentica *comfort zone*, e diventano parte integrante della costituzione stessa delle notizie inattendibili¹⁷.

Un recente studio di psicologia cognitiva ha rilevato che le persone hanno difficoltà a distinguere tra titoli precisi (*accurate*) e imprecisi o falsi (*fake*), accertando che un illusorio effetto di verità (*illusory truth effect*) si verifica per i falsi titoli di cronaca diffusi sui *social media*, nonostante un basso livello di credibilità generale. Quindi, le piattaforme di *social media* aumentano la percezione della verità di notizie palesemente false e non risolvono efficacemente il problema attraverso l'azione di *tagging* informatico, ossia di etichettatura sui siti *web* di storie contestate: infatti, solo un piccolo grado di plausibilità potenziale è sufficiente affinché la ripetizione della stessa notizia postata su *Facebook* o *Twitter*, largamente e velocemente propagata, aumenti l'accuratezza percepita¹⁸.

A riconferma che ciò che manca all'internauta che acquisisce le informazioni in rete è principalmente la capacità di vagliarle criticamente, si è notato che la polarizzazione delle opinioni degli utenti e i pregiudizi cognitivi di conferma della notizia giocano un ruolo chiave nella diffusione della disinformazione sui *social media*, precisando anche che tale disinformazione può essere ridotta mitigando il contrasto tra le notizie considerate¹⁹.

Nell'esperienza della comunicazione contemporanea, l'accertamento del fatto è secondario e una *fake news* può rivelarsi alla fine falsa, ma se è stata ben costruita e condivisa, conserva una sorta di verosimiglianza e di legame indiretto con la realtà²⁰.

L'illusorio effetto di obiettività generato dalle *fake news* ha portato a riflettere sulla nozione di «post-verità» (*post-truth*), considerata il sintomo dei caratteri fondamentali della nostra epoca²¹.

Nel 2016, gli Oxford Dictionaries hanno eletto il termine *post-truth* come “Word of the Year”²² con la motivazione che tale locuzione aggettivale si applica a «circostanze in cui i fatti obiettivi sono meno influenti nel modellare l'opinione pubblica degli appelli emotivi e delle convinzioni personali».

Peraltro, l'ambiguità semantica del prefisso *post* consente di precisare meglio il significato concettuale del termine *post-verità*, che non è la verità che si manifesta 'dopo' la diffusione di una notizia falsa, ma è la verità che ne determina il superamento o l'annullamento, fino al punto di determinarne la perdita di importanza²³.

Questa idea emotiva di *post-verità* non è nuova, perché richiama la discussione promossa dall'antica Sofistica nella Grecia classica: la *post-verità* non è la conseguenza logica di un ragionamento dimostrativo, ma si mostra come effetto psicologico di un procedimento capzioso, basato sulla persuasione eristica come fatto emotivo. Quindi, la *post-verità* ripropone anche nell'epoca contemporanea il dibattito, che aveva impegnato illustri maestri della filosofia come Platone e

¹⁶ Pitruzzella G., Pollicino O., Quintarelli S. (2017: 67 s.).

¹⁷ Gelfert A. (2018: 84-117).

¹⁸ Pennycook G., Cannon T., Rand D.G. (2018).

¹⁹ Del Vicario M., Quattrocioni W., Scala A., Zollo A. (2018).

²⁰ De Bortoli F. (2017: 62).

²¹ Ferraris M. (2017).

²² *Word of the Year (2016)* in <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>.

²³ Biffi M. (2016) in <http://www.accademiadellacrusca.it/lingua-italiana/consulenza-linguistica/domande-risposte/viviamo-nellepoca-post-verit>.

Aristotele, tra la retorica dell'argomentazione e la retorica della persuasione²⁴, rimarcando la perenne importanza del problema teoretico della verità, dalla quale la cultura postmoderna ha tentato inutilmente di fuggire²⁵.

3. Rimedi tecnologici

Il vaglio di attendibilità delle *fake news* è auspicabile non solo sulle fonti e sulle modalità tecnologiche di utilizzo di dati, opinioni e argomenti, ma anche con riguardo alle strutture argomentative che innervano il contenuto trasmesso e all'estensione del cd. diritto di rettifica²⁶, tenendo conto che la crisi indotta dal ruolo sempre più ampio e pervasivo dei *social media* offre l'occasione per stagliare l'informazione professionale da quella spontanea²⁷.

Tuttavia, la diffusione delle *fake news* resta un fenomeno di natura essenzialmente tecnologica. Non pare azzardato affermare che l'illusorio effetto della post-verità, amplificato dall'uso massivo e irriflessivo dei *social network*, dipenda dalla struttura computazionale dell'intelligenza artificiale, che tende a costituire un'inevitabile *alétheia* algoritmica²⁸.

Il *Global Risks Report* del 2018, divulgato dal World Economic Forum, ha rilevato che le piattaforme digitali dei principali *social media*, come *Facebook*, avevano diretto in quell'anno il 40% del traffico verso siti *web* di notizie false, mentre solo il 10% era stato indirizzato verso i principali siti di notizie tradizionali²⁹.

Nel medesimo rapporto si legge che le grandi aziende tecnologiche si erano tempestivamente attivate per combattere il fenomeno delle *fake news*, definite letteralmente «incendi digitali» (*digital wildfires*): Google aveva annunciato di limitare i suoi annunci AdSense su siti che «travisano, confondono o nascondono (*misrepresent, misstate, or conceal*) informazioni sull'editore, sui contenuti dell'editore, o sulla finalità principale della proprietà web»; *Facebook* aveva intrapreso un'azione di controllo dei fatti (*fact checking*) contro gli annunci sulla sua piattaforma che sono «illegali, fuorvianti o ingannevoli, che includono *fake news*»³⁰.

È noto anche che *Facebook* abbia istituito nel 2020 il cd. Comitato per il controllo di *Facebook* (*Facebook's Oversight Board*), composto di quaranta esperti scelti in modo imparziale e pluralista, per garantire un controllo ulteriore e indipendente sulle rimozioni di contenuti o sospensioni di account effettuate da *Facebook* per asserite violazioni delle regole della *community*³¹.

Contrastando le distorsioni della verità nell'ecosistema dei *social network*, le grandi imprese commerciali che gestiscono le piattaforme *on line* non si discostano dal protocollo tecnologico e mutano senza adeguata riflessione critica i metodi delle scienze sociali, le imprese digitali ricorrono apoditticamente e quasi esclusivamente a strumenti informatici e telematici fondati sul dominio

²⁴ Cavalla F. (2007).

²⁵ Maddalena G., Gili G. (2017).

²⁶ Butturini D. (2022: 81-99).

²⁷ Reggio F. (2020: 146).

²⁸ Sadin É. (2015).

²⁹ *The Global Risks Report 2018, 13th Edition* (2018: 48).

³⁰ Chakrabarti S. (2018) in <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/>.

³¹ Klonick K. (2020: 2418-2499).

computazionale e sul nuovo paradigma dell'intelligenza artificiale, definito essenzialmente dal *machine learning*.

Pertanto, il controllo algoritmico delle *fake news* riduce l'idea della verità ad un concetto statistico e probabilistico, basato sulla matematica combinatoria e stocastica che giustifica l'attuale modello dell'intelligenza artificiale: in sostanza, ciò che è vero e ciò che è falso dipende dal calcolo delle probabilità, sebbene possa essere corretto anche dall'intervento umano di un analista o di un giudice. Si può ritenere che la soluzione adeguata che permetta di considerare appropriata la ricerca della verità sia quella dell'interazione tra ragione artificiale e intelligenza umana, perché appare impossibile oggi, come vorrebbe qualche isolato e dogmatico misonista, fare a meno delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Peraltro, la crisi della scienza occidentale ha dimostrato che essa non è una conquista irreversibile, ma un evento storico singolare e limitato nel tempo e nello spazio, mentre la tecnologia è più originaria ed è parte strutturale dell'essenza dell'uomo, essendo legata a bisogni primari e profondi della natura stessa dell'*homo technologicus*³².

Una possibile mediazione tra esseri umani e macchine intelligenti è già presente in alcune azioni critiche utilizzate da alcune 'tecnologie della verità' create negli ultimi anni al fine di procedere alla ricerca ed alla contestazione delle *fake news*.

Al fine di perseguire tale obiettivo, nell'epoca attuale assumono importanza una serie di variabili attività di controllo, che richiedono il rispetto della libertà di espressione e che sono svolte da figure professionali dotate oggigiorno di competenze tecnologiche e supportate (se non sostituite) dai sistemi di intelligenza artificiale, con il compito di individuare il vero e il falso nelle notizie che circolano in rete attraverso l'impulso determinante dei *social network*:

a) il *gatekeeping* o 'custodia del cancello', con cui si esamina l'informazione in entrata e in uscita in rete per valutarne la correttezza o l'appropriatezza;

b) il *fact-checking* o 'controllo del fatto', con il quale si analizza la genesi di formazione di una notizia e l'origine delle sue fonti, al fine di verificare la conformità del contenuto comunicativo alla realtà di fatto;

c) il *debunking*, o 'smascheramento', con cui si smonta la struttura delle *fake news* per confutarle, di regola con argomenti di natura scientifica.

È indubbio che non è possibile né opportuno delegare alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione la più antica ed essenziale questione della filosofia, che si presenta come metodologia di ricerca di ciò che è innegabile e che non ha alternative, ma è anche evidente che l'odierna accelerazione esponenziale dell'energia tecnologica suggerisce di ripensare la nuova concezione della verità, che la diffusione delle *fake news* sta contribuendo a svelare.

4. L'alfabetismo informativo

Educational fact-checking e *digital literacy* (la cd. alfabetizzazione digitale), ossia la capacità di utilizzo dei nuovi *media* che permette di partecipare in modo attivo ad una società sempre più digitalizzata. Nel contesto sociale internazionale sono queste le due principali iniziative volte al contrasto della

³² Longo G.O. (2005: 5-18).

disinformazione online. La capacità di valutare e selezionare le informazioni è difatti oggi ritenuta così importante che molti autori la identificano con una nuova forma di alfabetizzazione: la *information literacy* (alfabetismo informativo), con l'obiettivo di diffondere la cultura della verifica delle fonti nei contesti scolastici e familiari, spesso ancora caratterizzati da un diffuso analfabetismo digitale/informativo che consiste nel “*navigare il complesso spazio informatico adottando un adeguato comportamento nella ricerca e prevedendo un uso intelligente ed etico dell'informazione raccolta*”³³ tramite le tecnologie e i media.

In merito a tale fenomeno sociale, ad esempio, negli Stati Uniti sono attivi da tempo due progetti: il *News Literacy Project*, che si pone l'obiettivo di invitare giornalisti nelle scuole, e il *Center for News Literacy* della *Stony Brook University* che garantisce costante attività educativa sia agli studenti che ai docenti. Inoltre, in riferimento proprio alla formazione delle nuove generazioni sul tema della disinformazione, nel 2017 persino l'OCSE ha lanciato un appello affinché nelle scuole si insegni a riconoscere le notizie false.

La necessità, soprattutto per i giovani, di un pensiero razionale e sanamente scettico è quindi oggi di vitale importanza, assurgendosi come necessario contrasto al cd. ‘analfabetismo funzionale’, inteso come l'incapacità di comprendere, valutare e usare le informazioni a disposizione nell'attuale società. Gli analfabeti funzionali, infatti, vista la loro insufficiente capacità di riconoscere le informazioni corrette da quelle false o distorte, tendono spesso a credere e a diffondere notizie non vere senza verificarle e, nell'era di Internet e dei social network dove ognuno può pubblicare qualsiasi contenuto e renderlo visibile a migliaia di persone in pochissimo tempo, questa problematica ha assunto dimensioni importanti. Alcuni esempi possono essere chiarificatori: in tutti gli Stati Uniti 30 milioni di persone (di cui il 14% di adulti) oggi non sono in grado di compiere attività di lettura semplici; nel Regno Unito³⁴ un adulto britannico su sei manca delle competenze alfabetiche che dovrebbe avere un bambino di 11 anni; in Francia³⁵ il tasso di ‘illetteratismo’ è invece in calo ed è maggiore per la popolazione nel range 60-65 anni (18%) piuttosto che tra i giovani tra 18-29 anni (7%), mentre complessivamente il dato di analfabetismo funzionale è dell'11%. In Italia, invece, i dati di un'indagine Ocse-Piaac del 2016 mostrano come l'analfabetismo funzionale riguardi il 27,9% della popolazione tra i 16 e i 65 anni, poco più di uno su quattro, mentre un rapporto del 2012 del *World Literacy Foundation* verificava come nel Paese ci fosse un tasso di analfabetismo funzionale pari al 47% della popolazione totale.

Le tecnologie dell'informazione hanno quindi lentamente ed inesorabilmente modellato gli stili cognitivi e le strutture mentali degli individui coinvolti nel loro utilizzo, stravolgendo i modi di apprendere³⁶. Ecco allora che le tecnologie in generale, e gli strumenti del *Web 3.0* in particolare, contribuiscono a creare ambienti di apprendimento che integrano la didattica formale con la vita quotidiana dei ragazzi, aiutandoli ad aprirsi al futuro e a costruire una cittadinanza responsabile. Un uso consapevole e intenzionale delle tecnologie induce infatti lo studente ad assumere un ruolo più attivo e riflessivo nel processo di costruzione della conoscenza e di condivisione dei significati³⁷.

³³ Webber S., Johnston B. (2003: 258-283).

³⁴ Scott K. (2007).

³⁵ Secondo gli studi effettuati nel 2011 dall'*Institut national de la statistique et des études économiques* (INSEE).

³⁶ McLuhan M. (2011).

³⁷ Grotti A. (2011).

D'altro canto, i 'nativi digitali' sono attualmente l'unica generazione che ragiona nei termini di una *network community*. Per questo motivo diventa oggi importante realizzare un sistema che, a partire dalla creazione delle condizioni di alfabetizzazione di base, punti a favorire in futuro un'educazione civica digitale.

5. Lo sciame digitale

La cultura della polarizzazione e la post-verità sono due fattori fondamentali per la crisi democratica che il nostro pianeta sta affrontando a seguito dell'avvento dei social network. Queste nuove reti sociali sono spesso veicolo per la disinformazione essendo ormai fulcro di fake news che stravolgono la realtà e portano all'inevitabile creazione di quelle che definiamo 'filter bubble' ed 'echo chamber', le quali poggiano sui pilastri forniti dai 'bias'. In questo sistema la Rete non è più meramente solo un mezzo di aggregazione, ma piuttosto strumento di 'disintermediazione' con enormi lacune in merito alla credibilità e alla rappresentatività sociale.

Ed è proprio su queste basi sociali che l'autorevole linguista Tullio De Mauro³⁸ è arrivato ad affermare che in Italia meno di un terzo della popolazione non avrebbe i livelli di comprensione della scrittura e del calcolo necessari per orientarsi nella vita di una società moderna, dato che dimostra il grave analfabetismo strumentale e funzionale che incide inevitabilmente e negativamente sulle capacità produttive del Paese. Ciò è confermato, inconfutabilmente, anche dal *Digital Economy and Society Index (DESI)*³⁹ del 2017 in cui la Commissione Europea ha assestato l'Italia al quart'ultimo posto in Europa per lo stato di avanzamento dell'agenda digitale nazionale. Lo studio ha preso in esame 30 indicatori attraverso cinque aree politiche principali (connettività; capitale umano; uso di internet; integrazione delle tecnologie digitali e servizi pubblici digitali), per indagare l'avanzamento della digitalizzazione dell'economia, del sistema pubblico e della società nei Paesi Ue. Nel Belpaese, nello specifico, pur migliorando rispetto al 2016 in termini di connettività, l'utilizzo delle tecnologie digitali da parte delle imprese e la fornitura di servizi pubblici *on line* è risultata essere sotto la media europea; ma il fattore particolarmente critico è la mancanza o la scarsa presenza di competenze digitali, fattore di freno all'ulteriore sviluppo dell'economia digitale e della società tutta. Inoltre, i dati hanno confermato che gli internauti italiani hanno poca confidenza con il digitale e utilizzano Internet quasi esclusivamente per attività di svago quali musica, video, shopping e social media.

Per certi versi, la motivazione di tutto ciò è semplice: in rete i lettori dedicano in media 123 secondi di lettura ad un articolo lungo (con più di mille parole) contro i 53 secondi medi dedicati a un articolo breve (tra le 101 e le 999 parole). Questo dato, partendo dalla considerazione che un lettore esperto ha comunque bisogno di oltre tre minuti per leggere e comprendere scientemente mille parole, dimostra che gran parte degli articoli, lunghi o brevi che siano, è visionata solo parzialmente.

Inoltre, nel nostro attuale sistema informativo continua a svilupparsi una forte polarizzazione del pubblico nella rete, ovvero la tendenza dei social network a formare comunità segregate. Fatto ben rappresentato da Walter Quattrociocchi, esperto in materia e già coordinatore del Laboratory of Computational Social Science (CSSLab) all'Istituto Alti Studi di Lucca: "La comunicazione è diventata sempre più personalizzata, sia nel modo in cui viene proposta, sia come viene condivisa attraverso i social network.

³⁸ Fuduli Sorrentino F. (2016).

³⁹ *The Digital Economy and Society Index (DESI 2017)*.

Gli utenti, infatti, tendono a concentrarsi su narrazioni specifiche e a riunirsi in determinati gruppi, al fine di rafforzare la propria visione del mondo. (...) Più un utente è attivo, più tende a concentrarsi su un numero limitato di fonti di notizie". La metafora che è stata quindi impiegata per descrivere come si spostano e si aggregano gli umori e i sentimenti nella rete è quella dello 'sciame digitale', una sorta di 'tribalismo digitale' esclusivo ed esterno al mondo reale, il quale non ha né anima né spirito e che è composto da individui isolati. Da queste analisi si può quindi comprendere come la 'bolla' di *comfort zone* intellettuale e digitale, questa cosiddetta 'cassa di risonanza', ha trasformato Internet da un luogo potenzialmente libero ad uno standardizzato all'esterno e talmente personalizzato all'interno che ci troviamo continuamente a confrontarci con noi stessi.

Volendo analizzare ulteriori dati in materia, quanto precedentemente illustrato si rispecchia in uno studio dell'OCSE del 2016 secondo cui di tutta la popolazione italiana 15-65 anni solo il 37% era in grado di utilizzare Internet in maniera complessa e diversificata, tanto che all'epoca l'Italia risultava 28esima su 29 Paesi analizzati. Inoltre, per lo studio il 13,8% dei lavoratori occupava posizioni ad alto rischio di automazione (su una media OCSE del 10,9%) e solo il 21% possedeva le capacità di districarsi nel mondo digitale (27° Paese in classifica). Nello specifico, i giovani dai 16 ai 29 anni risultavano avere un livello soddisfacente di competenze nell'utilizzo del computer, così come gli under 15. Negativo, invece, il risultato negli over 29 visto che un terzo non aveva alcuna capacità di comprensione dei sistemi tecnologici (media OCSE 17%). Risultati a cui nel 2018 ha fatto seguito uno studio dell'OCSE PISA che ha valutato la conoscenza della matematica e delle scienze tra circa 600mila studenti tra i 15 e i 16 anni in 79 Paesi. In tutti i Paesi dell'OCSE, compresa l'Italia, il 76% degli studenti aveva raggiunto il livello 2 o superiore in matematica, per quanto invece riguarda le scienze il risultato era del 78% mentre solamente il 6,8% degli studenti aveva raggiunto il livello 5 o 6. I dati dell'Italia, più bassi della media, si assestavano rispettivamente al 74% e 2,8%⁴⁰.

Come invece riportato nel rapporto DESI2020⁴¹, l'Italia si colloca al 28° posto in materia di 'competenze digitali', cioè all'ultimo posto tra gli stati membri dell'Unione Europea pre-Brexit. Anche i dati ISTAT (relativi al 2019) sono in linea con quelli del DESI2020. Infatti, prendendo in considerazione le persone nella fascia 16-74 anni, è stato rilevato che: il 29% ha competenze digitali elevate, il 26% ha sufficienti competenze mentre il 41,6% dei cittadini non raggiunge le competenze di base e, ancora peggio, il 3,4% (poco più di un milione di persone) non ne hanno alcuna⁴².

A venire incontro alla popolazione c'è però il 'Piano Operativo della Strategia Nazionale per le competenze digitali', un documento ambizioso che punta a colmare il gap digitale del nostro Paese entro il 2025⁴³. Il Piano è stato concepito e realizzato nell'ambito di 'Repubblica Digitale', un'iniziativa strategica a livello nazionale (promossa dal Dipartimento per la trasformazione digitale del Ministero per l'innovazione tecnologica e la transizione digitale) che mira ad azzerare il divario di genere per sostenere la massima inclusione digitale e favorire così l'educazione alle tecnologie del futuro. Nel dettaglio, gli obiettivi precipui sono: di raggiungere il 70% di popolazione con competenze digitali almeno di base; duplicare la popolazione in possesso di competenze digitali avanzate; triplicare il numero dei laureati in ICT e quadruplicare quelli di sesso femminile, così come duplicare la quota di

⁴⁰ Analfabetismo digitale in Italia in www.italiaindati.com.

⁴¹ Digital Economy and Society Index (DESI 2020).

⁴² Cittadini e ICT (2019) in www.istat.it.

⁴³ Strategia nazionale per le competenze digitali, Piano Operativo, prima versione dicembre 2020.

imprese che utilizza i big data; incrementare del 50% la quota di PMI che utilizzano specialisti ICT e, infine, di aumentare di cinque volte la quota di popolazione che utilizza i servizi digitali pubblici.

D'altronde, nel nostro Paese sono molteplici le variabili che nel tempo hanno portato alla diffusione dell'analfabetismo digitale. Tra i principali fattori sussiste sicuramente in grande parte l'ampia diffusione dell'analfabetismo funzionale tra gli over 50. Allo stesso tempo, però, è anche particolare il fatto che nel 2018 l'Italia si assestasse al 43° posto al mondo per velocità media della banda larga (nel 2019 era disponibile solo nel 74,7% delle famiglie). Inoltre, nel nostro Paese sono ancora poco diffuse le Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (ICT), così come il mercato del lavoro non è ancora propriamente orientato alle specializzazioni digitali.

Il problema della trasformazione digitale è comunque comune a moltissimi Paesi in tutto il mondo, più o meno tecnologici che essi siano. Basti pensare che, secondo uno studio di *'Frontiers in Psychology'*⁴⁴, in Europa 80 milioni di individui sono analfabeti funzionali, mentre considerando l'intero pianeta questo numero aumenta a 757 milioni. Guardando solo all'Italia, l'analfabetismo funzionale colpisce purtroppo anche i giovani visto che uno su sei non è in grado di comprendere i testi scritti e di conseguenza elaborare un pensiero critico successivamente ad una lettura. Dunque, secondo la definizione fornita dal rapporto Piac-Ocse, le persone spesso *"non riescono a comprendere, valutare i testi scritti per intervenire attivamente nella società, per raggiungere i propri obiettivi e sviluppare le proprie conoscenze e potenzialità"*.

Un risultato che si rispecchia nell'aumento esponenziale nell'utilizzo dei social network, soprattutto se teniamo conto che a livello mondiale un utente passa all'incirca 6 ore e 54 minuti al giorno connesso ad Internet (di cui 2 ore e 25 minuti nei social). A gennaio 2021, ad esempio, su una popolazione globale di 7,83 miliardi di persone si contavano circa 5,22 miliardi di utenze mobile (il 66,6%), 4,66 miliardi di utenti connessi a Internet (59,5%) e 4,2 miliardi di persone attive in almeno un social media (53,6%). Dati simili si registrano anche in Italia visto che su circa 60 milioni di residenti a gennaio 2021 si contavano 77,7 milioni di contratti mobile (129% della popolazione), 50,5 milioni di persone connesse a Internet (83,7%) e 41 milioni di iscritti ad almeno un social (67,9%). Una situazione confermata anche dall'utilizzo dei 'digital device' dato che nel 2020, nella popolazione tra i 16 anni e i 64 anni, il 97% utilizzava giornalmente uno smartphone, il 74,1% usufruiva della televisione o di un computer, mentre il 55,1% di loro usava i tablet. E ancora, il 18% della popolazione (11 milioni di persone) era in possesso di un abbonamento a servizi di streaming on demand (+10% rispetto al 2017). Inoltre, l'8,8% degli italiani, secondo lo studio, possedeva uno *'smart home device'* (+18,5% rispetto al 2019).

Per quanto invece riguarda le piattaforme di messaggistica istantanee, quelle più adoperate nel 2019 risultavano essere: WhatsApp (33 milioni di persone), Messenger (20 milioni) e Skype e questo dimostra come il 55% della popolazione del nostro Paese ne faccia oggi uso⁴⁵.

Si tratta dunque di dati che dimostrano come il mondo dell'*on line* sia ormai sempre più compenetrato nella vita di tutti i giorni di ognuno di noi, certamente con importanti e sostanziali differenze in base alle fasce d'età interessate ma comunque un grande segnale di come siamo sempre più circondati dal mondo digitale e dal concetto di *'Internet of Things'* (IoT). Elementi, questi ultimi, che a lungo termine potrebbero anche comportare un ulteriore aumento nell'alfabetismo digitale e funzionale della popolazione a qualsiasi latitudine.

⁴⁴ Vágvölgyi R., Coldea A., Dresler T., Schrader J., Nuerk H.-C. (2016).

⁴⁵ *Internet, Social Media e APP (2022)* in italiaindati.com.

6. Le soluzioni educative

Nel cd. ‘*overload informativo*’ (sovraccarico cognitivo) che circonda ogni generazione che oggi si affaccia al mondo digitale, uno degli obiettivi principali deve essere quello di eliminare il divario generazionale (il cd. ‘*gap*’) nelle competenze digitali e nell’accesso alla tecnologia 2.0, questo al fine di limitare la diffusione dell’analfabetismo nella popolazione. A questo dovrebbero poi essere affiancati progetti di inclusione sociale e formativa.

Un ulteriore aiuto, a livello internazionale, potrebbe poi arrivare dal corpo docenti del collettivo ‘*Human Digital Expert*’, in grado di supportare le scuole, gli alunni e le loro famiglie nello sviluppo delle competenze digitali nel contesto della vita quotidiana con l’obiettivo di accompagnare la comunità alla trasformazione sociale e digitale in modo integrato e consapevole⁴⁶.

Il problema principale, però, è che nell’attuale periodo storico i cosiddetti ‘anziani’ risultano sì essere sempre più digitali e social, ma comunque meno abili dei giovani a riconoscere le insidie che si nascondono in rete. Proprio per questo negli scorsi mesi è nato ‘*Fake news and Elders - Elders in the Times of Fake news and information overload*’, un progetto nato nell’ambito del Programma Europeo Erasmus e coordinato in Italia da Roberto Pili, già presidente di Ierfop (Istituto Europeo Ricerca Formazione Orientamento Professionale di eccellenza per disabili ed emarginati), con la Comunità Mondiale della Longevità e Medicina Sociale. L’intento di questa iniziativa biennale (che coinvolge Polonia, Italia, Spagna, Repubblica Ceca, Grecia e Francia) è quello di cercare di dare agli ‘anziani’ gli strumenti per proteggersi dalle *fake news*, favorendo un uso consapevole di Internet. Per quanto concerne il Belpaese, verranno coinvolte nel progetto le Università della terza età insieme ad associazioni operanti in ambito sociale e vari atenei da tutta la penisola.

Questa ricerca sarà volta a comprendere quanto gli anziani siano a maggior rischio di influenza da parte delle *fake news* o se, paradossalmente, il loro minor utilizzo dei social media, insieme con una maggiore predisposizione all’utilizzo del pensiero critico ed altri strumenti conoscitivi, li renda meno soggetti al loro effetto⁴⁷.

Per i più piccoli, invece, l’unità ‘*Cyber and Digital Citizens’ Security*’ del Centro Comune di Ricerca (CCR) della Commissione Europea ha proposto al pubblico interessato uno strumento ludo-educativo, denominato ‘*Happy Onlife*’, il cui obiettivo è educare bambini e ragazzi all’uso responsabile e sicuro delle tecnologie e della rete e a riconoscere e combattere fenomeni come il cyberbullismo. Il gioco, nella sua versione cartacea e digitale, sostiene dunque l’apprendimento e la costruzione di una nuova cittadinanza e cultura digitale⁴⁸.

L’Italia non è però stata da meno nel tentativo di arginare la diffusione della *fake news*. Lo scorso settembre, infatti, è stato lanciato l’Osservatorio italiano sui media digitali presso l’Università LUISS di Roma come parte di una rete europea di otto hub nazionali nell’ambito dell’European Digital Media Observatory, progetto finanziato dall’Unione Europea per promuovere il contrasto alla disinformazione on line e la fruizione di programmi di alfabetizzazione mediatica, oltre allo sviluppo di servizi di fact-checking. Dell’Osservatorio fanno parte fact-checker, professionisti dei media e ricercatori per un hub

⁴⁶ Human Digital Hub è l’associazione che riunisce, rappresenta e tutela persone e organizzazioni interessate alla cultura dell’Umanesimo Digitale: www.humandigitalhub.org.

⁴⁷ *Uno scudo anti fake news per gli anziani di tutta Europa (2021)*.

⁴⁸ Di Gioia R., Gemo M., Troia S., Chaudron S. (2016: 91-106).

caratterizzato dalla presenza delle università LUISS e Tor Vergata, oltre che di colossi media come TIM, RAI, il gruppo editoriale GEDI ed il Corriere della Sera.

Nel dettaglio, gli hub nazionali hanno avuto l'obiettivo di monitorare il processo di revisione del 'Codice di buone pratiche rafforzato sulla disinformazione'⁴⁹ (progetto nato nel 2018), un insieme di misure volontarie che tutte le principali piattaforme on line hanno sottoscritto accettando anche regole più severe per la responsabilità e la trasparenza degli algoritmi. Il Codice è stato poi pubblicato a metà giugno 2022, come voluto dai 34 firmatari (tra cui Twitter, Meta, Google, Microsoft, TikTok, imprese tecnologiche ed esponenti della società civile) che hanno seguito gli orientamenti della Commissione del 2021 tenendo anche conto degli insegnamenti tratti dalla crisi del Covid-19 e dalla guerra tra Russia ed Ucraina.

Tra i principali obiettivi da perseguire ci sono: la riduzione degli incentivi finanziari per chi diffonde disinformazione, così da non farli beneficiare di eventuali introiti pubblicitari; una maggior attenzione ad account fasulli, 'bot' e 'deep fake' malevoli; la realizzazione di nuovi e migliori strumenti per far riconoscere, comprendere e segnalare la disinformazione agli utenti; un impulso alla verifica dei fatti; la garanzia della trasparenza della pubblicità politica; un sostegno rafforzato ai ricercatori, offrendo loro un migliore accesso ai dati delle piattaforme; l'istituzione di un centro per la trasparenza e una task force che controllino l'attuazione del Codice per mantenerlo adeguato ai suoi obiettivi e alle esigenze future. Così facendo, il Codice (che mira a essere riconosciuto a tutti gli effetti come un codice di condotta) è ora un elemento essenziale del pacchetto di strumenti a disposizione della Commissione Europea per combattere la diffusione disinformazione nell'UE.

Quello dell'Hub italiano è stato perciò un lavoro importante visto anche che la 'Generazione Z' (ovvero i nati tra il 1995 e il 2010) chiede sempre più contenuti di educazione digitale a scuola. A dirlo sono i dati dell'Osservatorio 'Sicurezza on line e Adolescenti' (da una ricerca condotta nell'estate 2021 da Skuola.net, in collaborazione con TikTok, su oltre 2.500 studenti delle scuole secondarie di primo e secondo grado in Italia) presentato in occasione del lancio di 'DigitalMente', il programma di educazione alla sicurezza digitale per le scuole secondarie ideato da Unione Nazionale Consumatori con la consulenza di Maura Manca (psicoterapeuta dell'Osservatorio Nazionale Adolescenza). Dallo scorso autunno è quindi possibile accedere ad una piattaforma nella quale si possono trovare una serie di materiali didattici realizzati per aiutare i ragazzi nella comprensione di queste tematiche, in modo stimolante e con un linguaggio innovativo, secondo il metodo scientifico implementato da Educazione Digitale⁵⁰.

L'opera di alfabetizzazione digitale della cittadinanza è anche diretta al fine di sviluppare competenze adeguate a colmare le disparità sociali per una nuova cultura volta all'inclusività. In quest'ambito l'Università degli Studi di Padova, Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia, e Psicologia Applicata (FISPPA), promuove i Corsi di Alta Formazione su 'Alfabetizzazione digitale a scuola: promuovere la passione per la verità e l'inclusione' e 'Raccontare la verità: come informare promuovendo una società inclusiva', in collaborazione con l'Istituto comprensivo n. 2 Bassano del Grappa (VI), la Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI), il Sindacato Giornalisti Veneto, l'Associazione Articolo 21, il Centro di Ateneo Diritti Umani "Antonio Papisca" dell'Università di Padova e la Società Italiana Orientamento.

⁴⁹ *The 2022 Code of Practice on Disinformation (2022)*.

⁵⁰ *Educazione digitale? "Parlateci di privacy, tempo online e fake news": ecco le richieste della GenZ, (2021)*.

7. L'evoluzione legislativa

Il timore che una legislazione generalizzata sulle *fake news* possa implicare un'eccessiva discrezionalità in capo al giudice e rasantare una qualsivoglia limitazione alla libertà di espressione è una delle principali questioni ostative alla diffusione di nuove normative nel settore.

Nonostante ciò, già da alcuni anni molteplici Governi europei hanno lanciato proposte di legge per arginare il binomio *fake news*-disinformazione. Il ministro della Giustizia tedesco Heiko Maas, ad esempio, nel 2017 ha dato via libera ad un contestato progetto di legge (diventato poi realtà a gennaio 2018 con la c.d. *Netzwerkdurchsetzungsgesetz*) per introdurre multe fino a 50 milioni di euro per i siti che non rimuovano entro 24 ore notizie diffamatorie, calunniose, pedopornografiche o incitanti all'odio; la Repubblica Ceca ha invece creato una specifica unità governativa in materia per timore di influenze propagandistiche russe in campo informativo; similmente ha poi agito anche la Danimarca, primo Paese al mondo a dotarsi di un ambasciatore digitale per negoziare con i giganti tech su questioni di privacy e sicurezza in tema di '*TecnoDiplomazia*'. Al contempo, in Francia si è iniziato a discutere di un progetto di legge sulle *fausses nouvelles* solamente a giugno 2018 su spinta del presidente Emmanuel Macron, il quale ha più volte ribadito di voler intraprendere repentine azioni contro la disinformazione.

Sull'argomento, anche l'Italia si è mossa relativamente tardi rispetto all'aumento esponenziale e globale del fenomeno della disinformazione. Per quanto concerne l'ambito prettamente normativo, solo nel 2017 è stata presentata sul nostro Paese un'effettiva proposta di legge contro le *fake news*, giudicata però come 'socialmente perniciosa' sia da diversi esponenti politici che da attivisti per le libertà digitali e per questo mai realmente discussa. Il disegno di legge proponeva l'introduzione di una nuova contravvenzione nel Codice Penale, inserendo l'articolo 656-bis 'Pubblicazione o diffusione di notizie false, esagerate o tendenziose, atte a turbare l'ordine pubblico, attraverso piattaforme informatiche', collocandolo subito dopo l'art. 656 c.p. di cui ricalca sostanzialmente la fattispecie. Sempre col medesimo disegno di legge, venivano poi introdotti anche due ulteriori articoli, il 265-bis e 265-ter, aventi ad oggetto rispettivamente la 'Diffusione di notizie false che possono destare pubblico allarme o fuorviare settori dell'opinione pubblica' e la 'Diffusione di campagne d'odio volte a minare il processo democratico'. Fondamentalmente, con tali norme si è cercato di predisporre un sistema sanzionatorio ad hoc per i casi in cui la diffusione di notizie false intacchi altri valori di maggior rilievo quali il processo democratico e l'opinione pubblica, innescando forme di allarme pubblico. Di fronte a questa iniziativa, però, molteplici giuristi hanno sostenuto l'assoluta inidoneità di qualsiasi strumentazione giuridica a governare il fenomeno attuale. Per questo, l'unico progetto che sia ad oggi stato mai attivato direttamente dall'Italia, specificatamente contro le bufale e la disinformazione, rimane la 'Dichiarazione dei diritti in Internet' del 2015.

A livello continentale, invece, nel dicembre 2020 la Commissione Europea ha pubblicato la proposta di legge sui servizi digitali (Digital Services Act, Dsa) che mira a regolamentare la diffusione on line di contenuti illeciti, dall'hate speech alla disinformazione, armonizzando le regole sulla fornitura di servizi digitali in tutto il blocco Ue⁵¹. Il testo (redatto dalla Commissione Mercato interno e protezione consumatori) è stato adottato lo scorso 20 gennaio dal Parlamento Europeo, mentre il 24 marzo è intervenuto un accordo politico provvisorio tra il Consiglio Europeo e il Parlamento (sia per la legge sui servizi digitali che per la legge sui mercati digitali) a cui è seguito il 23 aprile un ulteriore

⁵¹ Grossi T., Stefanello V. (2021).

accordo politico provvisorio riguardante esclusivamente la legge sui servizi digitali. Ora si attende solo l'ok alla 'nuova' versione definitiva (l'ultima versione è difatti stata rigettata a inizio giugno, in particolare dal Partito popolare europeo, da Renew Europe, dai Verdi e dalla Sinistra perché giudicato non conforme in quanto alcuni punti del testo finale non farebbero parte dell'accordo iniziale) onde essere approvato dal Consiglio e dal Parlamento europeo prima di passare alle fasi formali della procedura di adozione di ciascuna Istituzione⁵².

Il DSA avrà soprattutto il compito di regolamentare la responsabilità per tutte le attività illegali *on line* per rafforzare i diritti degli utenti contro eventuali decisioni arbitrarie di tutte quelle piattaforme digitali usufruite da oltre 45 milioni di utenti attivi al mese nell'UE o di quei motori di ricerca utilizzati da oltre il 10% dei consumatori europei. Come però rileva Paul Keller⁵³, policy director di Open Future, l'approccio è ancora principalmente economico visto che per il legislatore europeo lo spazio digitale apparirebbe come un luogo quasi esclusivamente commerciale e come tale andrebbe regolato. Tanto che il testo è stato pensato guardando ai grandi colossi del settore, seppur poi sarà applicato anche alle piccole realtà senza distinzione di sorta fornendo così una sorta di 'soluzione univoca' per tutti.

Tra le principali previsioni del DSA troviamo comunque il diritto di utilizzare i servizi *on line* in modo anonimo e il divieto di limitare i servizi crittografati 'end-to-end'⁵⁴. Inoltre, i fornitori non potranno essere obbligati a conservare 'generalmente e indiscriminatamente' i dati personali degli utenti, in quanto l'eventuale conservazione dei dati deve essere motivata da un provvedimento giudiziario. Allo stesso tempo vigerà il divieto di 'targeting', ovvero l'utilizzo di dati personali per offrire pubblicità personalizzata ai minori (rafforzando dunque quanto già previsto dal GDPR). E ancora, le piattaforme *on line* dovranno informare in maniera trasparente gli utenti sui trattamenti a cui sono sottoposti i loro dati personali, fornendo informazioni anche su come questi potranno essere monetizzati. Il tutto considerando che tra gli emendamenti approvati sussiste anche l'impegno per le grandi compagnie digitali del rispetto della libertà di espressione e del pluralismo dei media.

Altro punto su cui sicuramente si discuterà a lungo è quello sull'art. 12 che obbliga le piattaforme a far rispettare i propri termini di servizio che non violano alcuna norma di legge, fornendo così una maggior garanzia procedurale per gli utenti, ma è anche vero che una regolamentazione che lascia decidere alle grandi aziende cosa può essere rimosso o meno *on line* può portare ad abusi e poca trasparenza., soprattutto nell'eventuale attesa di una complicata decisione giudiziale che rimarrà come *extrema ratio* per risolvere eventuali diatribe legate a quanto pubblicato in rete. L'utente 'bannato' dovrà quindi avere sia la possibilità di conoscerne il motivo che quella di appellarsi alla decisione anche a livello giurisdizionale. Per molti esperti del settore non può e non deve essere difatti un ufficio governativo a decidere cosa possa essere pubblicato o meno, ma allo stesso tempo il fatto di lasciare ad un terzo la scelta finale potrebbe portare in futuro ad un netto aumento dei sistemi di moderazione algoritmica, con tutti i problemi etici e tecnologici che ne possono derivare.

Inoltre, lo scorso 23 aprile, nel contesto dell'aggressione russa in Ucraina e delle particolari conseguenze sulla manipolazione delle informazioni *on line* che seguono al conflitto, è stato introdotto

⁵² È stato raggiunto un ambizioso accordo provvisorio sul termine per l'entrata in applicazione della Legge sui servizi digitali: le disposizioni sulle piattaforme e sui motori di ricerca di dimensioni molto grandi, che hanno il maggiore impatto sulla protezione degli utenti, si applicheranno entro XX mesi, mentre le restanti disposizioni entreranno in vigore entro 12-18 mesi.

⁵³ Keller P. (2022).

⁵⁴ Saetta B. (2022).

un nuovo articolo al fine di istituire un meccanismo di reazione d'emergenza in caso di crisi che, se attivato con decisione della Commissione, consentirà di adottare misure 'proporzionate ed efficaci' nei confronti di piattaforme molto grandi che contribuirebbero alla diffusione di informazioni false *on line*. In questi casi (così come per «qualsiasi evento imprevedibile, come terremoti, uragani, pandemie e altre gravi minacce transfrontaliere alla salute pubblica, guerre e atti di terrorismo»), le Istituzioni europee potrebbero chiedere alle piattaforme oggetto del DSA di attuare dei protocolli di crisi, limitati alle singole situazioni emergenziali e alla loro evoluzione, affinché si possano monitorare le informazioni che le piattaforme trasmettono o archiviano, impedendo di ricercare attivamente fatti o circostanze che indichino contenuti illegali.

Infine, all'interno di questo nuovo quadro normativo dovrebbe inserirsi l'attività di un Consiglio dei coordinatori nazionali dei servizi digitali, mentre la Commissione Europea potrebbe essere dotata di poteri speciali per quanto riguarda la supervisione delle grandi piattaforme *on line* potendo anche arrivare a sanzionarle direttamente fino al 6% delle loro vendite annuali in caso di infrazioni ripetute o persino a vietar loro di operare nel mercato unico dell'UE in caso di violazioni gravi reiterate.

8. Conclusione

In conclusione, i possibili rimedi ai fenomeni delle *fake news* e della disinformazione riguardano il ripensamento della nozione e dell'esercizio pratico del diritto alla verità e il potenziamento effettivo degli strumenti e dei metodi dell'alfabetizzazione digitale.

La transizione dalla versione razionalista della verità logica alla variante psicologica della post-verità emotiva nel cosmo dell'informazione telematica richiede un ritorno critico all'accertamento di ciò che persuade perché è senza alternative e, dunque, ha natura di principio. Questa verità della non contraddizione impatta oggi sulle tecnologie esponenziali e convergenti, come Internet e l'intelligenza artificiale, e suggerisce il contrasto all'analfabetismo digitale e funzionale attraverso un'indagine delle sue cause e delle possibili soluzioni, tra le quali quelle del diritto positivo, come si nota dal progetto della nuova legge europea sui servizi digitali.

Si ripete che la rete telematica non è più meramente solo un mezzo di aggregazione, ma sempre più spesso uno strumento di disintermediazione che comporta condivisioni acritiche delle notizie e incapacità di distinguere le fonti informative di natura digitale. Dunque, il diritto alla verità dell'informazione presuppone un ritorno alla critica dialettica e razionale del pensare filosofico e può contrastare l'illusorio effetto psicologico di apparente verità fornito da un uso superficiale dei *social media*, suggerendo al cittadino digitale una rinnovata educazione critica della propria capacità di comunicazione ed una riappropriazione del valore di equità e imparzialità dell'informazione.

In fin dei conti, le uniche difese disponibili, nel cd. 'mercato libero delle idee' e nella seconda età delle macchine che producono progresso e disumanizzazione⁵⁵, sono quelle che ogni individuo realmente cosciente della propria libertà responsabile può porre in essere: non rimanere focalizzati solo sui propri convincimenti, ma aprirsi criticamente all'altrui opinione; informarsi tramite fonti differenti; cercare di affrontare in maniera critica l'informazione; adeguarsi culturalmente e professionalmente ai cambiamenti socio-tecnologici.

⁵⁵ Brynjolfsson E., McAfee A. (2014).

In questa direzione sono chiamate a procedere le odierne tecnologie della verità (come il *gatekeeping*, il *fact checking* e il *debunking*), che le maggiori piattaforme digitali che amministrano i *social network* stanno già utilizzando per rimediare all'inevitabile problema delle *fake news*, sempre che custodiscano l'indispensabile interazione tra consapevolezza umana e intelligenza artificiale.

Bibliografia

- Aristotele 1993, *Metafisica*, a cura di Reale G., Milano: Vita e Pensiero.
- Biffi M. 2016, *Viviamo nell'epoca della post-verità?* in *accademiadellacrusca.it*.
- Brynjolfsson E., McAfee A. 2014, *The Second Machine Age. Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*, New York: W. W. Norton & Company.
- Butturini D., 2022, *Riflessioni sulla rettifica giornalistica tra tutela del diritto soggettivo della personalità e funzione informativa*, Torino: Mediaset.
- Cavalla F. 1997, *L'obiettività dell'informazione nella cultura politica contemporanea in Cultura moderna e interpretazione classica* a cura di Cavalla F. e Todescan F., Padova: CEDAM.
- Cavalla F. 2007, *Retorica processo verità. Principi di filosofia forense*, Milano: Franco Angeli.
- Chakrabarti S. 2018, *Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy?* in *newsroom.fb.com*.
- D'Agostini F., Ferrera M. 2019, *La verità al potere. Sei diritti aletici*, Torino: Einaudi.
- De Bortoli F. 2017, *Poteri forti (o quasi)*, Milano: La nave di Teseo.
- Del Vicario M., Quattrociochi W., Scala A., Zollo A. 2018, *Polarization and Fake News: Early Warning of Potential Misinformation Targets*, <https://doi.org/10.48550/arXiv.1802.01400>.
- Di Gioia R., Gemo M., Troia S., Chaudron, S. 2016, *Quando l'alfabetizzazione diventa cyber, responsabile e digitale.* in *Digital Literacy e Giovani - Strumenti per comprendere, misurare, intervenire*, ISBN 978-88-917-6094-4.
- Ferraris M. 2017, *Postverità e altri enigmi*, Bologna: Il Mulino.
- Fioravanti B., Moro P. 2022, "Oltre le fake news. Diritto alla verità e alfabetizzazione digitale" in AA.VV. "Soglie reali e confini virtuali. Saggi a margine dei seminari virtuali di *Journal of Ethics and Legal Technologies*" a cura di Reggio F. e Sarra C., Padova: Primiceri.
- Fuduli Sorrentino F. 2016, *L'analfabetismo italiano e la Repubblica fondata sull'ignoranza* in *lavocedineuYork.com*.
- Gelfert A. 2018, *Fake News: A Definition in Informal Logic*, Vol. 38, No.1.
- Grossi T., Stefanello V. 2021, *I pericoli per la libertà nella legge europea contro hate speech e fake news* in *espresso.repubblica.it*.
- Grotti A. 2011, *ComuniCare. Prendersi cura al tempo della rivoluzione digitale*, Roma: Ave.
- Keller P. 2022, *Dsa almost done? Time to talk about a Digital Public Sphere Act* in *openfuture.eu*.
- Klonick K. 2020, *The Facebook Oversight Board. Creating and Independent Institution to Adjudicate Online Free Expression* in *Yale Law Journal*.
- Lanier J. 2018, *Ten arguments for deleting your social media accounts right now*, New York: Henry Holt and Company.
- Lanier J. 1992, *Virtual Reality. The Promise of the Future in Interactive Learning International*.
- Longo G.O. 2005, *Uomo e tecnologia. Una simbiosi problematica* in *Il Mondo Digitale*.
- Maddalena G., Gili G. 2017, *Chi ha paura della post-verità? Effetti collaterali di una parabola culturale*, Torino: Marietti.
- McLuhan M., Fiore Q. 1967, *The medium is the message*, New York: Penguin.
- McLuhan M. 2011, *Il medium è il messaggio*, Mantova: Corraini.
- Moro P. 2017, *La verità della finzione. Ambiguità e limiti delle fake news* in *Etica per le professioni*.
- Moro, P. 2018, *Socrate avvocato. Introduzione all'«Apologia di Socrate» di Platone*, Pordenone: Libreria Al Segno Editrice.

- Pariser E. 2011, *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*, Londra: Penguin.
- Pennycook G., Cannon T., Rand D.G. 2018, *Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News in Forthcoming in Journal of Experimental Psychology: General*: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2958246>.
- Pitruzzella G., Pollicino O., Quintarelli S. 2017, *Parole e potere. Libertà d'espressione, hate speech e fake news*, Milano: Egea.
- Quattrociocchi W., Vicini A. 2016, *Misinformation. Guida alla società dell'informazione e della credulità*, Milano: FrancoAngeli.
- Reggio F. 2020, *La krisis del Coronavirus. Una sfida inattesa per l'essere umano e le società contemporanee. Considerazioni filosofico-giuridiche*, Catania: Calumet 10.
- Sadin É. 2015, *La Vie algorithmique. Critique de la raison numérique*, Montreuil: L'Échappée.
- Saetta B. 2022, *Digital Services Act: cosa prevede il testo del Parlamento europeo in valigiablu.it*.
- Scott K. 2007, *Sounds incredible in guardian.co.uk*.
- Vágvölgyi R., Coldea A., Dresler T., Schrader J., Nuerk H.-C. 2016, *A Review about Functional Illiteracy: Definition, Cognitive, Linguistic, and Numerical Aspects in Front. Psychol.*
- Van Dijck J., Poell T., De Waal M. 2018, *The Platform Society. Public Values in a Connective World*, Oxford: Oxford University Press.
- Webber S., Johnston B. 2003, *Information literacy in the United Kingdom: a critical review in Information Literacy in Europe* di Basili C., Roma: Consiglio Nazionale delle Ricerche.
- Zeno-Zencovich V. 2009, *Diritto di e all'informazione in Enciclopedia Treccani - XXI Secolo*.

Siti

- ANSA 2021, *Uno scudo anti fake news per gli anziani di tutta Europa in ansa.it*.
- Commissione europea, Direzione generale delle Reti di comunicazione, dei contenuti e delle tecnologie, Publications Office 2018, *A multi-dimensional approach to disinformation: report of the independent High level Group on fake news and on line disinformation*, in <https://data.europa.eu/doi/10.2759/0156>.
- Commissione europea, *The Digital Economy and Society Index (DESI)*, 2017 e 2020 in www.ec.europa.eu.
- Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) in www.insee.fr.
- ISTAT 2019, *Cittadini e ICT in www.istat.it*.
- Italia in dati, *Analfabetismo digitale in Italia in www.italiaindati.com*.
- Italia in dati 2022, *Internet, Social Media e APP in www.italiaindati.com*.
- Ministero dell'Istruzione 2020, *Linee guida per l'insegnamento dell'educazione civica in www.miur.gov.it*.
- Ministero per l'innovazione tecnologica e la transizione digitale 2020, *Strategia nazionale per le competenze digitali, Piano Operativo, prima versione in repubblicadigitale.innovazione.gov.it*.
- Oxford University Press 2016, *Word of the Year in languages.oup.com*.
- Tgcom24 2021, *Educazione digitale? "Parlateci di privacy, tempo on line e fake news": ecco le richieste della GenZ in www.tgcom24.mediaset.it*.
- World Economic Forum 2018, *The Global Risks Report 2018, 13th Edition in weforum.org*.

paolo.moro@unipd.it

brando.fioravanzi@hotmail.it

Publicato online il 24 Agosto 2022