



Dalle fake news all'uso critico dell'informazione

Maria Ranieri

FORLILPSI

Università di Firenze



Per cominciare



Nina Moric

@nina__moric



50 anni fa moriva lo stilista
[#CheGuevara](#) creatore
dell'omonimo marchio di
abbigliamento. Rio

12:05 · 09 ott 17 da [Zagersdorf, Österreich](#)

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=827103097463067&set=a.131635367009847.25447.100004901534564&type=3&theater>

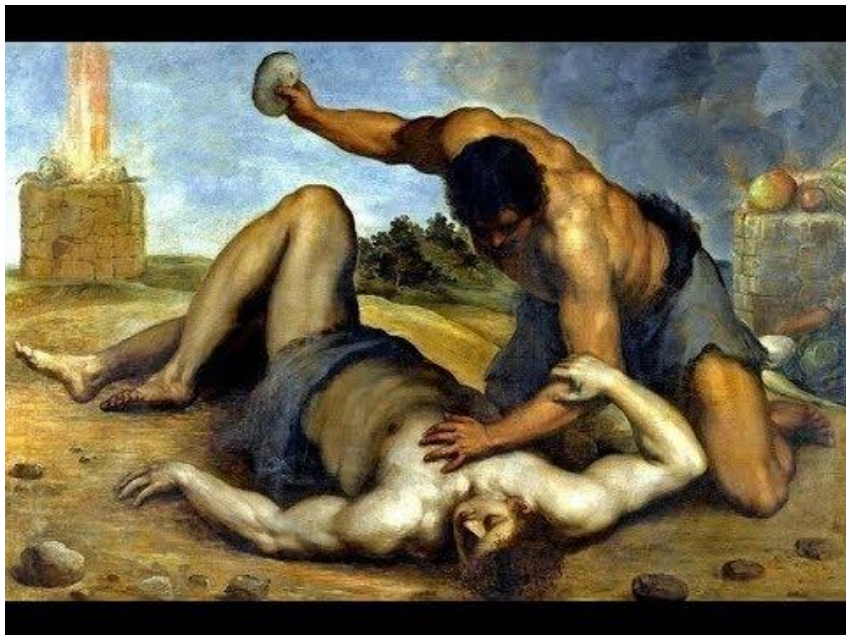


Fake news: che cosa sono?

- «...racconti falsi che appaiono come notizie, diffusi da Internet o attraverso altri media, creati solitamente per influenzare l'opinione pubblica o come scherzo» [Cambridge Dictionary]
- «...falsa e talvolta sensazionalistica informazione presentata come fatto e pubblicata e diffusa su Internet» [Collins Dictionary]



Fake news: cosa c'è di nuovo?



«...la comunicazione ingannevole esiste da sempre: dopo il primo peccato narrato nella Bibbia, Adamo ed Eva cercano goffamente di nascondere a Dio la loro trasgressione; subito dopo Caino cerca ancora una volta di ingannare Dio sull'assassinio del fratello Abele» (Gili e Maddalena, 2018, p. 5).

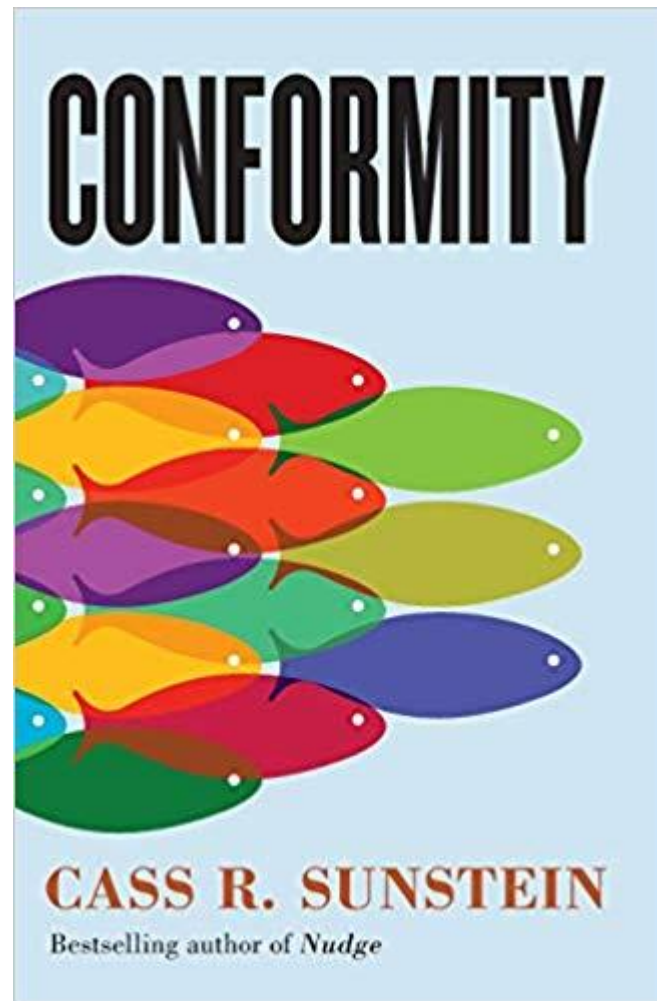
Fake news: cosa c'è di nuovo?

Se le fake news sono sempre esistite, oggi la loro diffusione ha subito un'importante accelerazione che trova nei processi di alimentazione autoreferenziale delle notizie (vedi l'effetto *echo chamber* o la *filter bubble*) la sua massima espressione.



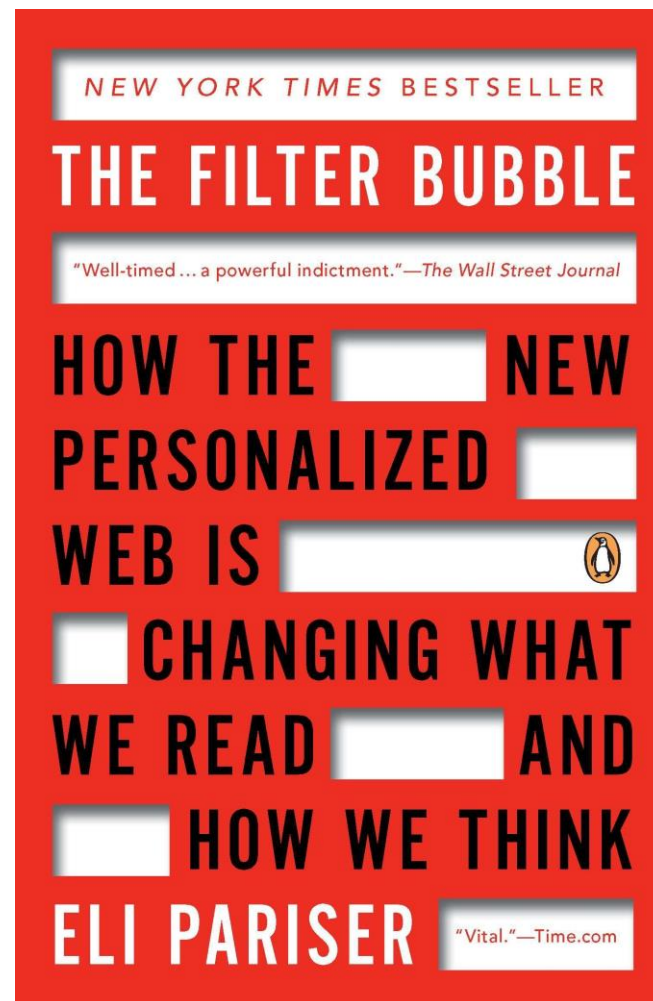
Effetto *eco chamber*

Per effetto *echo chamber* (Sunstein, 2009), che alla lettera significa “camera di risonanza”, si intende quel fenomeno mediale di amplificazione di notizie più o meno veritiere che si attua attraverso la ripetitiva trasmissione delle stesse all’interno di un ambito chiuso.



Effetto *filter bubble*

L'espressione *filter bubble* è stata coniata da Pariser (2011) ad indicare quel fenomeno per cui gli utenti vivono all'interno di bolle che li rende intellettualmente isolati con conseguente riduzione dell'esposizione a punti di vista diversi. Tali processi sono dovuti principalmente agli script, spesso invisibili, degli algoritmi che regolano le piattaforme informatiche.



Fake news: cosa preoccupa?

- La diffusione di fake news sta facendo crescere tra i giovani una cultura del sospetto e dell'incertezza: la metà degli studenti intervistati teme di non riuscire a riconoscere una fake news e oltre la metà degli insegnanti (60,9%) ritiene che le fake news esercitino una influenza negativa sul benessere degli studenti, alimentando ansia e sfiducia in sé stessi.
- Cresce inoltre la sfiducia dei giovani verso il mondo dei news media: il 60% degli under 18 guarda alle notizie che circolano sui media di informazione con una sorta di "scetticismo nichilista".

Oltre le fake news

BEYOND 'FAKE NEWS'

10 TYPES OF MISLEADING NEWS

propaganda <ul style="list-style-type: none"> adopted by governments, corporations and non-profits to manage attitudes, values and knowledge appeals to emotions can be beneficial or harmful 	partisan <ul style="list-style-type: none"> ideological and includes interpretation of facts but may claim to be impartial privileges facts that conform to the narrative whilst forgoing others emotional and passionate language 	IMPACT <ul style="list-style-type: none"> neutral low medium high MOTIVATION <ul style="list-style-type: none"> money politics/power humour/fun passion (mis)inform
clickbait <ul style="list-style-type: none"> eye catching, sensational headlines designed to distract often misleading and content may not reflect headline drives ad revenue 	conspiracy theory <ul style="list-style-type: none"> tries to explain simply complex realities as response to fear or uncertainty not falsifiable and evidence that refutes the conspiracy is regarded as further proof of the conspiracy rejects experts and authority 	
sponsored content <ul style="list-style-type: none"> advertising made to look like editorial potential conflict of interest for genuine news organisations consumers might not identify content as advertising if it is not clearly labeled 	pseudoscience <ul style="list-style-type: none"> purveyors of greenwashing, miracle cures, anti-vaccination and climate change denial misrepresents real scientific studies with exaggerated or false claims often contradicts experts 	
satire and hoax <ul style="list-style-type: none"> social commentary or humour varies widely in quality and intended meaning may not be apparent can embarrass people who confuse the content as true 	misinformation <ul style="list-style-type: none"> includes a mix of factual, false or partly-false content intention may be to inform but author may not be aware that the content is false false attributions, doctored content and misleading headlines 	
error <ul style="list-style-type: none"> established news organisations sometimes make mistakes mistakes can hurt the brand, offend or result in litigation reputable orgs publish apologies 	bogus <ul style="list-style-type: none"> entirely fabricated content spread intentionally to disinform guerrilla marketing tactics; bots, comments and counterfeit branding motivated by ad revenue, political influence or both 	
DIG DEEPER...		
false attribution <ul style="list-style-type: none"> Authentic images, video or quotes are attributed to the wrong events or person 	misleading <ul style="list-style-type: none"> Content does not represent what the headline and captions suggest 	
counterfeit <ul style="list-style-type: none"> Websites and Twitter accounts that pose as a well-known brand or person 	doctored content <ul style="list-style-type: none"> Content, such as statistics, graphs, photos and video have been modified or doctored 	

N.B. The impact and motivation assignments are not definitive and should be used as a guide for discussion

eavi
MEDIA LITERACY
for CITIZENSHIP

www.eavi.eu

Tipologie di fake news

- **Propaganda**: comunicazione persuasiva orientata ad influenzare l'opinione pubblica e i comportamenti individuali. La propaganda non è necessariamente negativa: essa può essere nociva ma può anche avere effetti positivi.
- **Clickbait**: letteralmente «esca da click», ossia contenuti online finalizzati ad attrarre l'attenzione del lettore per generare profitti.

Tipologie di fake news

- **Contenuti sponsorizzati**: pubblicità “mascherata”, ossia di materiale pubblicitario che si presenta come un contenuto editoriale.
- **Satira e bufale**: contenuti umoristici, che se non riconosciuti come tali possono essere altamente fuorvianti.
- **Errore**: nel mondo del web non mancano neanche le informazioni errate

Tipologie di fake news

- **Contenuti sponsorizzati**: pubblicità “mascherata”, ossia di materiale pubblicitario che si presenta come un contenuto editoriale.
- **Satira e bufale**: contenuti umoristici, che se non riconosciuti come tali possono essere altamente fuorvianti.
- **Errore**: nel mondo del web non mancano neanche le informazioni errate

Tipologie di fake news

- **Partito preso (*partisan*)**: contenuti apparentemente neutrali, ma in realtà ideologicamente schierati, privilegiando nella narrazione un determinato punto di vista e omettendo informazioni.
- **Teorie del complotto o anche teorie della cospirazione (*conspiracy theories*)**: spiegazione di eventi o catene di eventi attraverso il complotto, a cui viene attribuita l'origine di fatti che hanno una forte presa sull'opinione pubblica.



Tipologie di fake news

- **Pseudoscienza:** teorie che si presentano come scientifiche (ad esempio, riportano e commentano dati, citano studi scientifici) ma che in realtà non soddisfano i requisiti di verificabilità tipici dell'approccio scientifico.
- **Disinformazione:** informazioni basate su una miscela di contenuti fattuali, falsi o parzialmente falsi, indipendentemente dalle intenzioni di chi produce l'informazione.
- **Finta:** contenuti completamente falsi distribuiti con l'obiettivo di ingannare il pubblico allo scopo di generare profitti o esercitare un'influenza politica.



Analisi mediale: Produzione, Linguaggio, Rappresentazione, Audience

- **Produzione.** Ad un primo livello di analisi, si tratta di riflettere intorno ad aspetti legati alla produzione dei media e all'industria che la governa, sollecitando la riflessione degli studenti intorno a quesiti come: Quali tecnologie vengono utilizzate per produrre e distribuire i contenuti medialiali? Quali sono i ruoli professionali coinvolti? Chi possiede i media? Quali sono le leggi che regolamentano la produzione e la distribuzione dei media?

Analisi mediale: Produzione, Linguaggio, Rappresentazione, Audience

- **Linguaggio.** I media si basano sull'utilizzo di linguaggi e codici comunicativi differenti che ne determinano il significato. Da questo punto di vista, si tratta allora di comprendere le regole che governano la grammatica dei media e il modo in cui creano significati. In quest'ottica, gli studenti devono essere incoraggiati ad analizzare e decostruire i testi mediali attraverso l'analisi dei linguaggi che li caratterizzano (dal linguaggio verbale a quello del corpo, dai linguaggi visivi a quelli sonori e così via).

Analisi mediale: Produzione, Linguaggio, Rappresentazione, Audience

- **Rappresentazione.** Il concetto di rappresentazione ha da sempre costituito uno degli assi portanti della riflessione critica sui media nella storia della media education. L'idea di fondo è quella secondo cui i media non riflettono in modo trasparente la realtà, ma la riproducono secondo i valori e le visioni ideologiche, politiche o morali di coloro che li controllano. Cruciale è qui interrogarsi sugli intenti realistici o meno delle rappresentazioni, sulla parzialità vs obiettività, su come vengono rappresentati certi gruppi sociali e così via.



Analisi mediale: Produzione, Linguaggio, Rappresentazione, Audience

- **Audience.** Gli studi recenti sull'audience hanno messo in discussione le visioni dominanti sulle modalità di fruizione dei media da parte del pubblico. La ricerca nel settore ha mostrato come il pubblico non sia identificabile né riducibile tout court ad una massa indifferenziata di soggetti facilmente influenzabili. Al contrario, gli usi e le interpretazioni dei media sono molto sofisticati e diversificati. Comprendere il modo in cui i media raggiungono il proprio pubblico, da un lato, e come i vari gruppi sociali utilizzano e interpretano i media costituisce uno dei principali obiettivi di quest'area d'analisi della media education.

- **Step 1 – Introduzione**

Per cominciare ad occuparsi di "fake news" ti suggeriamo di leggere e riflettere sulla infografica realizzata da EAVI Media literacy for citizenship dal titolo: [Beyond Fake News - 10 Types of Misleading News](#) (Oltre le fake news - 10 Tipi di notizie fuorvianti)

• Step 2 – Analizzare le fake news

Lo scopo di questa attività è sviluppare capacità critica di analisi dell'informazione, con particolare riferimento alle diverse tipologie di fake news.

Lo studente deve scegliere una delle fake news segnalate nella cartella "[Esempi di fake news](#)" e analizzarla rispondendo alle seguenti domande:

- 1) A quale tipologia di fake news appartiene? Spiegare perché.
- 2) Qual è l'intenzione dell'autore? Qual è il suo scopo?
- 3) A chi si rivolge l'autore? Chi è il destinatario?
- 4) Qual è il messaggio?
- 5) Quale punto di vista viene rappresentato? Vi sono più punti di vista?
- 6) Si può risalire all'autore? Si possono verificare le informazioni qui contenute?

Le risposte a queste domande devono essere raccolte in un documento word da consegnare nella sezione Compiti. Le risposte devono essere ricche: almeno 10 righe per ogni domanda.

- **Step 3 Dibattito su fake news**

Lo scopo di questa attività è sviluppare capacità critico-argomentative.

Divisi in gruppi gli studenti dovranno raccogliere e discutere le proprie argomentazioni intorno ad un video per riflettere sulle valenze di un messaggio propagandistico.

Il lavoro inizia in presenza, online si raccolgono argomentazioni e di nuovo in presenza si discute secondo il formato del debate.



- **Step 4 Consegna elaborato**

Lo scopo di questa attività è sviluppare le capacità espressive e analitiche.

Ogni studente sulla base dell'esercitazione 1, rielaborerà il materiale sulla base di quanto appreso anche grazie al debate e consegnerà un elaborato.





- **Step 5 Peer review**

Lo scopo dell'attività è sviluppare capacità di valutazione e giudizio

Ogni studente valuterà sulla base di una griglia predefinita gli elaborati degli altri studenti, secondo un'assegnazione proposta dalla docente.





Per approfondire

Numero monografico della rivista **Media Education: Studi, ricerche, buone pratiche**, volume 9, numero 1, 2018

<http://riviste.erickson.it/med/it/category/2018/maggio-2018/>

[prossimamente su FUP:

<https://www.fupress.com/riviste/media-education-%E2%80%93-studi-ricerche-buone-pratiche/93>]





Grazie!

Maria Ranieri

