## Notizie settimana UNO

Ecco le 3 soluzioni per l'esercitazione che vi abbiamo sottoposto per la prima settimana!

**Notizia 1 - Un'importante azienda di elettrodomestici regalava voli aerei ai suoi clienti**

**Vera**

<https://www.ilpost.it/2019/09/21/hoover-offerta-voli-storia/>

Keyword: elettrodomestici voli

[Negli anni Novanta la divisione britannica di Hoover promise voli gratis a chiunque comprasse certi elettrodomestici. Hoover perse decine di milioni di sterline, l'intera divisione europea fu venduta e quella campagna pubblicitaria è ricordata ancora oggi come la più disastrosa di sempre. Al momento il risultato corretto appare fra i primi 5 di Google; in futuro sarà  più complesso individuare la notizia, a meno che non si usi come keyword "aspirapolvere" al posto di "elettrodomestici".]

**Notizia 2 - Un fuori onda televisivo di un leader politico ha portato scompiglio nel governo**

**Falsa**

<https://www.striscialanotizia.mediaset.it/video/il-fuorionda-di-matteo-renzi_59895.shtml>

Keyword: fuori onda governo

[Nel corso della prima puntata della trasmissione "Striscia la notizia", in onda lunedì 23 settembre su Canale 5, è stato proposto un particolare fuori-onda di Matteo Renzi, nel quale critica il Presidente del Consiglio Giuseppe Conte e altri. In realtà , però, si tratta di un filmato "deepfake", ottenuto con un sistema basato sull'intelligenza artificiale. Al momento la notizia appare subito, anche fra le news. In futuro servirà  usare keyword aggiuntive come "bufala" o "deepfake".]

**Notizia 3 - Un quotidiano italiano all'attacco contro l'attivista Greta Thunberg e i suoi sostenitori**

**Vera**

<https://www.giornalettismo.com/libero-greta-thunberg-gretini/>

Keyword: quotidiano attacco Greta

[Libero, il quotidiano diretto da Vittorio Feltri, è uscito in edicola con il titolo a tutta pagina: "L'ora dei Gretini". Feltri in realtà  ha criticato la sedicenne svedese anche in passato, ma in questa occasione la critica ha prodotto anche pesanti offese personali. La notizia è facilissima da individuare usando le parole chiave indicate, che permettono di trovare anche altri attacchi portati da Libero alla giovane ecologista.]

## Scheda didattica: come difendersi dalle fake news

## Come difendersi dalle fake news

**di Carlo Sorrentino**

docente ordinario di sociologia dei processi culturali dell'Università degli Studi di Firenze

Sulle fake news si discute ormai da tempo. Anzi, negli ultimi mesi il termine è diventato quasi un passe-partout, usato quando una notizia non ci convince. Insomma, come spesso capita ai concetti troppo impiegati, il rischio è che copra una varietà di fenomeni, di fatto svuotandosi poco a poco di significato.

Sarebbe forse opportuno parlare di “disordine” informativo, attribuibile alla vera e propria esplosione d’informazioni che ci raggiungono di continuo attraverso antichi e moderni sistemi di distribuzione delle notizie – dalla carta stampata allo smartphone – che rendono molto più difficile operare selezioni, fare verifiche, ordinare gerarchie. Esattamente le pratiche professionali del giornalismo.

La difficoltà deriva da due differenti ordini di questioni. Innanzitutto, la velocità con la quale i professionisti ormai svolgono queste funzioni, poiché la frequenza con cui si pubblica non segue più quella scansione temporale giornaliera che per tanto tempo ha caratterizzato il giornalismo. Adesso, una notizia deve subito essere diffusa. In secondo luogo, e forse principalmente, questo lavoro di verifica e di gerarchizzazione è compiuto da ognuno di noi. Infatti, sempre più spesso accediamo alle notizie attraverso i motori di ricerca oppure i social network. Diversamente da un passato anche recente, queste nuove forme d’accesso e di fruizione non consentono di contestualizzare le informazioni all’interno del più vasto e complessivo universo informativo della giornata, ciò provoca difficoltà nell’attribuirne rilevanza, con la conseguenza che ci sembrano più importanti le notizie che trattano argomenti per noi di maggior interesse. Inoltre, l’arrivo di tante informazioni, ma da fonti diverse e spesso senza la mediazione del sistema giornalistico, rende difficile individuarne la fonte, la sua affidabilità e credibilità. Anche in questo caso la reazione più frequente è quella di “fidarsi” di ciò che è più coerente con la nostra visione del mondo, oppure di chi ci ha passato l’informazione, non sempre appartenente alla categoria dei professionisti dell’informazione.

Insomma, il quadro che si presenta quotidianamente davanti a un cittadino anche ben predisposto verso l’informazione è quella di una ricchezza incredibile, ma in cui i fatti sono sempre più mescolati con commenti, opinioni, interpretazioni che rendono arduo distinguere fra vero e verosimile. In altri termini, la diffusione delle fake news è sicuramente dovuta agli interessi di chi ci induce a cliccare su notizie intriganti per un tornaconto economico, oppure per perseguire fini ideologici e, talvolta, soltanto per deliberata volontà di prendere in giro il “sistema”.

Tuttavia, non bisogna dimenticare anche le responsabilità dei media mainstream.

Le fake news non nascono con la comunicazione digitale. Sebbene sia indubitabile che la Rete possa favorirle perché moltiplica i flussi informativi, li velocizza e rende più difficile stabilire priorità, rilevanza e affidabilità delle fonti, è giusto ricordare che le “voci che corrono”, le leggende metropolitane, sono sempre esistite. Ad alimentarle c’è un processo cognitivo difficilmente eliminabile: la propensione a credere quanto ci torna più comodo perché rafforza le nostre convinzioni, smorza le nostre incertezze, ci rassicura sulle nostre credenze. Su questo le ricerche forniscono dati e conferme da tanto tempo!

Proprio per questo motivo è stato creato il giornalismo: un sistema di raccolta, selezione, messa in ordine e presentazione dei fatti affidato a professionisti; ma, soprattutto, sono stati individuati dei principi di legittimazione del loro operato: l’obiettività, la completezza informativa, nonché criteri di notiziabilità che permettano di definire con un buon grado d’approssimazione cosa sia di pubblico interesse, rilevante e, quindi, da condividere all’interno di una specifica comunità. I media digitali costringono a ridefinire questi processi, non soltanto per l’enorme velocizzazione dei flussi informativi, ma anche perché – attraverso la cosiddetta disintermediazione – hanno reso molto facile scavalcare i professionisti. Sono diventati sempre più labili e indefiniti i confini di un campo giornalistico allargatosi enormemente e che ha incluso pratiche molto eterogenee, in cui non soltanto i professionisti dell’informazione, ma anche le fonti e ciascun fruitore possono compiere “atti giornalistici”.

Velocizzazione, disintermediazione e addensamento delle informazioni rendono incerto lo statuto di molte news in circolazione, favorendo lo sviluppo delle eco chamber, comunità chiuse in cui ci si scambia informazioni fra simili, rafforzandosi nelle proprie convinzioni, spesso prescindendo da ogni riscontro dei fatti.

Eppure, sarebbe logico che proprio in tali circostanze diventasse più rilevante la funzione di mediazione e di certificazione dei giornalisti professionisti. Perché ciò avviene meno che in passato? Perché nel frattempo la loro credibilità è diminuita: per due differenti motivi. Innanzitutto, per la crisi di legittimazione di molte istituzioni (si pensi alla politica!) attribuibile a un insieme di ragioni ̶ non compiutamente analizzabili nell’economia di queste poche righe ̶ ma che potremmo sintetizzare nell’esigenza di individuare nuove forme di riconoscimento, basate sul dialogo e sulla focalizzazione della fiducia, che permettano ai rappresentanti di tali istituzioni di sviluppare una credibilità nel ruolo, visto che quella del ruolo non basta più. In secondo luogo, perché nel corso degli ultimi anni si sono sviluppate alcune pratiche che progressivamente hanno minato la fiducia nella rappresentazione giornalistica della realtà. Ci soffermiamo su quelle che riteniamo più rilevanti.

In primo luogo, la crescente commercializzazione dell’informazione giornalistica, tardivamente affermatasi nel nostro Paese, ma forse proprio per questo più acriticamente assorbita, che, se da un lato ha attenuato la storica dipendenza dell’informazione italiana dalla politica, dall’altro ha prodotto un graduale slittamento verso le soft news, uno stile narrativo orientato all’iperbole e, soprattutto, un ciclo della notizia molto breve, spesso senza che si sviluppi un’adeguata contestualizzazione degli eventi. In secondo luogo, la progressiva predilezione per le opinioni, a scapito dei fatti, più lenti da far maturare rispetto alle prime. A sua volta questa tendenza all’opinionismo è stato declinato in due differenti modi:

1. schierandosi apertamente, producendo un giornalismo valutativo in cui i fruitori possono riconoscersi più facilmente, ma che – evidentemente – ci riporta verso le eco chamber di cui si è detto;
2. affidandosi a terzi, grazie a opinionisti, interviste e, soprattutto, dichiarazioni, in cui la tendenza è raccogliere pareri contrapposti. Si produce ciò che è stato definito efficacemente oggettivismo: affiancare due o più versioni dei fatti e, in tal modo, assicurarsi “un’apparenza di verità”. Attraverso queste procedure le opinioni e le percezioni si oggettivizzano e i giornalisti scongiurano ogni possibile accusa di parzialità o faziosità.

Da quanto finora detto, emerge chiaramente come sarà difficile immaginare che tale disordine informativo scemi nei prossimi anni. Così come permarranno gli interessi di quanti alimenteranno il flusso di notizie incontrollate. Tuttavia, non mancano strumenti per consentire a ciascuno di noi di difendersi da questo fenomeno. Come spesso si ripete, diventa necessario dotarsi di competenze comunicative che scongiurino ̶ o almeno attenuino ̶ il pericolo di inciampare nelle fake news. Innanzitutto, bisogna consultare più fonti per cercare riscontri. Soprattutto quando le informazioni arrivano da siti meno conosciuti, oppure attraverso la mediazione di amici o parenti. È poi consigliabile leggere tutto l’articolo, non fermandosi soltanto al titolo.

Se si hanno dei dubbi, si può copiare il titolo, aggiungervi la parola “bufala” (hoax in inglese) oppure “fake”, per verificare se la Rete ha già scoperto il falso.

Occorre controllare anche le foto che corredano l’articolo. Spesso sono scaricate dalla Rete e non coincidono con quanto descritto dal titolo. Sempre per quanto concerne le foto, possono essere controllate attraverso Google-Chrome: basta posizionare il cursore sull’immagine, cliccare il tasto destro del mouse e selezionare la voce: “cerca questa immagine su Google”. I risultati di ricerca diranno da dove proviene l’immagine. Oppure, per trovare anche immagini simili, basta accedere a google.com/images, cliccare sull'icona della fotocamera e caricare l'immagine dal computer o inserire l'URL dell'immagine che interessa. La ricerca mostrerà le immagini simili a quelle trovate: così si potrà capire se è originale, ritoccata o presa fuori contesto.

È opportuno verificare anche i riferimenti a nomi, leggi o enti citati. Spesso non esistono o si occupano di tutt’altro.

Altro modo per scoprire le fake news è controllare la presenza di errori grammaticali, attribuibili alla frequenza con cui sono frettolosamente tradotte da altre lingue. Diffidare anche dalle esortazioni a condividerle rapidamente, giustificate dal timore che la notizia possa essere censurata, che nascondono le convenienze economiche provenienti dal traffico, il cosiddetto clicbaiting.

I dubbi possono nascere anche dalla denominazione del sito. Spesso si tratta di siti gratuiti ospitati su piattaforme che permettono la creazione di blog o pagine social con nomi ingannevoli, oppure di domini di secondo o terzo livello – del tipo notizievere.qualcosa.org – o ancora di siti che utilizzano nomi simili a quelli di testate accreditate, ad esempio ilfattoquotidiano ecc. Di frequente, tali siti hanno nella loro pagina descrittiva (che è sempre difficile da trovare) la dicitura “testata satirica”, come indiretta ammissione che trattano notizie inventate.

In conclusione, scongiurare bufale non serve soltanto a migliorare la propria conoscenza della realtà, ma anche quella degli altri, riducendo la diffusione di disinformazione e ignoranza, che viaggiano sempre di pari passo con la violenza verbale e l’odio in Rete. Inoltre, si scongiura l’arricchimento di chi lucra sulle falsità, rendendo meno remunerativo diffonderle.

## Scheda didattica: Imparare a verificare le notizie

Parafrasando la nota affermazione di John Fitzgerald Kennedy che ammoniva ̶ non chiederti cosa possono fare gli Stati Uniti per te, chiediti cosa puoi fare tu per gli Stati Uniti – potremmo affermare: non chiediamoci soltanto cosa può fare il mondo della comunicazione per assicurarci un’informazione più accurata e veritiera, ma chiediamoci cosa può fare ciascuno di noi.

L’Osservatorio Permanente Giovani-Editori cerca d’onorare questo motto mettendo a punto progetti e iniziative tese ad aiutare le giovani generazioni a comprendere le logiche che presiedono i criteri di notiziabilità, per consentire loro di muoversi con agilità e destrezza nel complesso sistema dell’informazione e comprendere le modalità di produzione dei contenuti dei tanti attori che abitano il denso spazio pubblico del terzo millennio. Con l’educazione digitale indichiamo qualcosa che supera l’annosa questione del digital divide, locuzione con la quale da anni s’intende lo squilibrio economico e tecnologico che consente a pochi di accedere ai benefici della Rete, escludendone tanti altri. Evidentemente questo squilibrio permane, soprattutto se ragioniamo in una chiave di comparazione mondiale con un enorme numero di Paesi e quindi di persone totalmente escluse dall’esperienza digitale. Ma se circoscriviamo la riflessione al nostro Paese, pur non negando la permanenza di significative differenze ancora presenti, ciò che va principalmente sottolineata non è l’esclusione reale dalle interazioni in Rete, le cui barriere d’accesso tecnologiche ed economiche si sono enormemente abbassate, quanto, piuttosto, il differenziale di competenze culturali esistenti. Quelle competenze culturali sempre più necessarie per verificare la veridicità di quanto vediamo e leggiamo.

Con il progetto “A caccia di bufale” ci si pone proprio questo obiettivo: allenare gli studenti a comprendere i percorsi necessari per verificare le informazioni da cui siamo tutti continuamente raggiunti, spesso a prescindere dalla nostra volontà d’accedere a tali informazioni. Alla base del progetto c’è un’evidenza, che appare sempre più come tale ogni giorno che passa: ormai, con i processi di disintermediazione favoriti dalla Rete, occorre che ciascuno di noi sia consapevole di dover svolgere quel ruolo di gatekeeper tradizionalmente affidato ai giornalisti. Con questo termine, che letteralmente significa “guardia cancello” (in italiano è forse più appropriato adoperare il termine custode), s’intende un’attività classica del giornalismo: decidere cosa includere e cosa escludere dalla notiziabilità giornalistica; definire quali eventi far diventare notizie e attraverso quali passaggi. Tradizionalmente affidavamo questo compito a una professionalità specifica – per l’appunto quella giornalistica ̶ che aveva costruito la propria affidabilità e credibilità nel tempo, attraverso la messa a punto di una lunga e articolata serie di criteri che legittimavano le scelte compiute. Inoltre, questo lavoro di trasformazione degli eventi in notizie era costoso, richiedeva la pubblicazione cartacea ̶ oppure negli anni quella via etere ̶ delle notizie. La soglia d’ingresso faceva sì che i giornalisti e le testate meno affidabili venissero esclusi dalla competizione interna al mondo giornalistico. Sappiamo bene, invece, come l’avvento del digitale abbia trasformato la Rete in un’enorme piazza in cui tutti possono accedere, praticamente senza costi d’ingresso, informando riguardo sé stessi nelle forme e nei modi ritenuti più consoni ai propri interessi. Non solo: molti possono deliberatamente far circolare notizie false o soltanto parzialmente vere, attraverso la volontaria esclusione di particolari che le connoterebbero diversamente. Le motivazioni di tanta disinvoltura possono essere:

1)di carattere economico, cioè pubblicare notizie emotivamente forti che attirino l’attenzione in modo da rendere più frequentati i propri siti e, di conseguenza, vendere meglio gli spazi pubblicitari presenti;

2)di natura politico-culturale, cioè essere interessati a connotare in un determinato modo uno specifico fenomeno perché coerente con le proprie credenze e con le proprie ideologie;

3)semplicemente per ignoranza: avendo facile accesso alla pubblica visibilità, se ne può fruire pubblicando disinvoltamente informazioni non controllate esclusivamente perché va di farlo, perché confermano i pregiudizi dello scrivente, la sua visione del mondo.

Insomma, la facilità d’immissione dei contenuti, e quindi la libera e aperta navigazione nell’immenso oceano della Rete, produce l’impatto immediato di tutti noi con una mole inesauribile di contenuti, di cui dobbiamo conoscere la provenienza, per testarne la veridicità. Dunque, tocca a ciascuno di noi il compito della verifica. Non possiamo esimerci dal farlo! Quanto affermato non aderisce all’inspiegabile vulgata sulla fine del giornalismo, su di un suo superamento di fatto, attribuibile ai processi prima ricordati. Al contrario, proprio l’enorme flusso d’informazioni in circolazione richiede che ci si affidi a professionisti che sappiano districarsi in un fenomeno che legittimamente un noto studioso britannico – McNair - ha definito caos culturale. Ma poiché i fatti sono sempre più mescolati con commenti, opinioni, interpretazioni ̶ che rendono arduo distinguere fra vero e verosimile – il meritorio e sempre più necessario lavoro dei professionisti si mescola e si confonde con quello di tanti altri produttori di contenuti che non hanno la stessa credibilità e reputazione, ma che ugualmente ci inviano informazioni. Spesso anche più suadenti, perché ben costruite, perché coerenti con la nostra visione del mondo, oppure semplicemente perché divertenti ed emotivamente coinvolgenti. Il quadro che si presenta quotidianamente davanti a ogni cittadino ̶ anche ben predisposto verso l’informazione ̶ è di una ricchezza incredibile, ma anche spiazzante. Diventa necessario imparare a distinguere. Ovviamente, rendendo assolutamente libera e autonoma la scelta di ciascuno di affidarsi, poi, alle notizie che vuole, alle interpretazioni che predilige. Ma dopo aver ben compreso davanti a chi e a cosa ci si trovi. Come farlo? Di certo non mancano gli strumenti per dotarsi di competenze comunicative che aiutino a districarsi in questo confuso mare d’informazioni e, soprattutto, scongiurino ̶ o almeno attenuino ̶ il pericolo di inciampare nelle fake news. Innanzitutto, bisogna consultare più fonti per cercare riscontri. Soprattutto quando le informazioni arrivano da siti meno conosciuti, oppure attraverso la mediazione di amici o parenti. È poi consigliabile leggere tutto l’articolo, non fermandosi soltanto al titolo.

Se si hanno dei dubbi, si può copiare il titolo, aggiungervi la parola “bufala” (hoax in inglese) oppure “fake”, per verificare se la Rete ha già scoperto il falso. Occorre controllare anche le foto che corredano l’articolo. Spesso sono scaricate dalla Rete e non coincidono con quanto descritto dal titolo. Sempre per quanto concerne le foto, possono essere controllate attraverso Google-Chrome: basta posizionare il cursore sull’immagine, cliccare il tasto destro del mouse e selezionare la voce: “cerca questa immagine su Google”. I risultati di ricerca diranno da dove proviene l’immagine. Oppure, per trovare anche immagini simili, basta accedere a google.com/images, cliccare sull'icona della fotocamera e caricare l'immagine dal computer o inserire l'URL dell'immagine che interessa. La ricerca mostrerà le immagini simili a quelle trovate: così si potrà capire se è originale, ritoccata o presa fuori contesto. È opportuno verificare anche i riferimenti a nomi, leggi o enti citati. Spesso non esistono o si occupano di tutt’altro.

Altro modo per scoprire le fake news è controllare la presenza di errori grammaticali, attribuibili alla frequenza con cui sono frettolosamente tradotte da altre lingue. Diffidare anche dalle esortazioni a condividerle rapidamente, giustificate dal timore che la notizia possa essere censurata, che nascondono le convenienze economiche provenienti dal traffico, il cosiddetto clicbaiting. I dubbi possono nascere anche dalla denominazione del sito. Spesso si tratta di siti gratuiti ospitati su piattaforme che permettono la creazione di blog o pagine social con nomi ingannevoli, oppure di domini di secondo o terzo livello – del tipo notizievere.qualcosa.org – o ancora di siti che utilizzano nomi simili a quelli di testate accreditate. Di frequente, tali siti hanno nella loro pagina descrittiva (che è sempre difficile da trovare) la dicitura “testata satirica”, come indiretta ammissione che trattano notizie inventate.

In conclusione, scongiurare bufale non serve soltanto a migliorare la propria conoscenza della realtà, ma anche quella degli altri, riducendo la diffusione di disinformazione e ignoranza, che viaggiano sempre di pari passo con la violenza verbale e l’odio in Rete. Inoltre, si scongiura l’arricchimento di chi lucra sulle falsità, rendendo meno remunerativo diffonderle. Esattamente come in passato imparare a leggere e scrivere è servito per accrescere il capitale cognitivo degli individui e permettergli di “pensare con la propria testa”, analogamente ora la cultura digitale serve a muoversi nello spazio pubblico con maggiore coscienza di sé e di cosa voglia dire agire in un mondo sempre più interdipendente e interconnesso.

## Ultime Notizie: Fake o Real?

Ogni settimana pubblicheremo delle notizie. Vi chiediamo di lavorare con gli studenti per analizzare il loro grado di veridicità o falsità.  
"Fake news" vuol dire notizie false; talvolta, però, non sono del tutto false, lo diventano perché si enfatizzano alcuni aspetti, si decontestualizzano i fatti, si estremizzano le opinioni.  
In questo modo non sono più vere perché si stravolge il senso.  
  
Le nuove 3 notizie che vi sottoponiamo sono le seguenti:

**1. Alcuni antidolorifici per bambini sono stati ritirati dal mercato perché pericolosi**

**2. L’esplosione di un laboratorio ha liberato alcuni virus letali**

**3. Tifosi inglesi hanno esposto uno striscione antirazzista in italiano**

Ecco alcune indicazioni che vi saranno utili per cercare di individuare le “bufale”:  
- Quali sono gli elementi (parole, stile, immagini, contesto ecc.) che fanno apparire la notizia una "fake news"?  
- Quali invece quelli che ne suggeriscono la veridicità?  
- Quale percorso fareste per assicurarvi della veridicità di questa notizia?  
- Qual è la fonte primaria della notizia?  
- Quali le principali fonti da consultare per scoprire che non sia falsa?

## FAKE NEWS

Con il termine fake news si intendono notizie false, messe in circolazione per interessi politico-ideologici, economici, o semplicemente perché si vogliono mettere alla berlina le istituzioni mediatiche.

Il successo delle notizie false è favorito dall’eccesso d’informazioni in cui tutti siamo quotidianamente immersi. Per questo motivo alcuni osservatori reputano necessario sostituire il termine fake news con quello di disordine informativo, ritenuto maggiormente in grado di descrivere il contesto entro cui si confondono fra loro deliberate falsità, mezze verità, notizie verosimili, opinioni camuffate da fatti. Tale disordine è favorito dalla velocizzazione con cui oggi è possibile scambiarsi informazioni, dalla frammentazione dell’ambiente mediatico e dalla disintermediazione che pone ciascuno di noi davanti a una quantità fino a pochi anni fa inimmaginabile di contenuti, la cui contestualizzazione, tradizionalmente compito di professionisti, deve essere ormai svolta direttamente da ciascuno di noi.

## POST-VERITÀ

Con questo termine s’intende la progressiva perdita di rilevanza dei fatti rispetto alle credenze personali, alle opinioni e alle emozioni. La post-verità è favorita dalla drammatizzazione e dalla semplificazione causate anche dal facile mescolamento delle informazioni dei professionisti con quelle prodotte da ciascuno di noi. In tal modo si rischia spesso di confondere il verificabile con il verosimile, aprendo le porte all’inverosimile. Anche la post-verità – come le fake news – è direttamente collegabile all’immediatezza della comunicazione digitale, che tende a uniformare ogni tipo d’informazione. Mentre con l’espressione fake news ci si riferisce propriamente alle notizie false, con il termine post-verità si sottolinea come l’eccesso d’informazioni in circolazione favorisca due tendenze:

1)Rendere molto più difficile la verifica delle informazioni, sia per i professionisti, ma, soprattutto, per ciascuno di noi, raggiunti dalle informazioni attraverso tanti media e dispositivi differenti in ogni momento del giorno;

2)Favorire un meccanismo difensivo consistente nell’esporsi, o comunque ritenere credibili, soltanto le informazioni e le opinioni che confermano il nostro punto di vista, la nostra visione del mondo (è questo il fenomeno del confirmation bias, il cosiddetto pregiudizio di conferma). Una distorsione interpretativa che progressivamente ci fa rintanare in echo chamber, mondi informativi chiusi, vere e proprie bolle dove dialoghiamo con i nostri simili e dove taluni offendono e disprezzano coloro che sono culturalmente, politicamente ed economicamente distanti.

## DISINTERMEDIAZIONE

Fino all’avvento dei media digitali il rapporto con l’informazione era ineludibilmente mediato da professionisti che quotidianamente – o anche con maggiore frequenza – costruivano dei contenitori informativi (il telegiornale, il giornale radio, il quotidiano, il settimanale ecc.) da cui ciascuno attingeva le informazioni più interessanti.

Lo sviluppo della rete prima e quello dei social network poi ha posto ognuno di noi davanti a singoli contenuti, spesso prodotti direttamente dalle fonti o, comunque, da soggetti la cui origine non è sempre nota, né certa. Questa possibilità costituisce senza dubbio un arricchimento, perché ci permette di accedere in tempo reale a una quantità enorme di informazioni; tuttavia, offre molte meno garanzie sulla qualità dei contenuti circolanti. Per questo motivo si parla di disintermediazione, ovvero di accesso diretto da parte del pubblico alle sorgenti dell’informazione senza alcuna mediazione, anche se ben presto si è potuto constatare come fra una fonte e il pubblico, fra un emittente e un ricevente si interponga comunque una sorta di mediazione, sia essa di un motore di ricerca come Google o di un social network quale – ad esempio – Facebook.

## FORMATO

Ogni prodotto giornalistico risponde a un formato, dato dai limiti spazio-temporali entro cui un’informazione deve essere fornita al proprio pubblico. Mentre in generale un articolo per la carta stampata deve essere contenuto in un numero definito di caratteri, che permetta di occupare uno spazio prestabilito in pagina e di corrispondere all’evidenza che si vuol dare a quel contenuto (quattro colonne, taglio alto ecc.), un servizio radiofonico o televisivo si misura in minuti o secondi, anche in questo caso corrispondenti al rilievo attribuito.

Tali vincoli costituiscono l’essenza del lavoro giornalistico, che deve concentrare nello spazio o nel tempo a disposizione le informazioni più rilevanti in merito a un evento. Per questo tradizionalmente i professionisti dell’informazione ricorrono alla regola delle “5 W” del giornalismo anglosassone, che è quella di rispondere subito, nelle prime righe del pezzo di cronaca, alle cinque domande fondamentali: who, what, when, where e why (chi, cosa, quando, dove e perché). La ricerca delle risposte a queste domande è alla base del mestiere del cronista.

## GATEKEEPING

Il lavoro giornalistico consiste nel reperire informazioni, selezionare quelle ritenute maggiormente interessanti, fornire un ordine di rilevanza a tali informazioni. Questi differenti processi fanno parlare di gatekeeping, dal termine inglese gatekeeper, che vuol dire custode, cioè colui che decide chi deve entrare e chi deve restar fuori dal flusso delle informazioni da fornire al pubblico.

Con l’avvento del digitale il lavoro di selezione è diventato molto più consistente, perché i flussi informativi si fanno sempre più intensi, densi e veloci. Le informazioni da gestire sono tantissime per ogni evento e fenomeno. Ma, soprattutto, la logica intrinseca della rete, che consente a ciascuno di noi di navigare fra una gran quantità di siti, di fatto rende ogni fruitore un gatekeeper, perché costretto a selezionare in prima persona l’enorme numero di informazioni che lo raggiungono.

## CITIZEN JOURNALISM

Un’altra importante conseguenza della digitalizzazione è la progressiva affermazione del citizen journalism, letteralmente giornalismo dei cittadini, ma anche definibile giornalismo partecipativo o collaborativo.

In generale, si fa riferimento alla possibilità di coinvolgere il pubblico nella costruzione dei prodotti informativi grazie alla natura interattiva dei media digitali. Così, dalla pratica più elementare di commentare articoli e servizi giornalistici, si può passare a contributi più significativi: fornire informazioni di prima mano ai giornalisti, per esempio perché si è avuto la possibilità di assistere direttamente a un evento; aiutarli nel riscontro della veridicità di un evento, specialmente se si hanno competenze specifiche in merito; contribuire all’analisi di grandi quantità di dati che ormai la tecnologia mette a disposizione delle redazioni. Questa possibilità viene spesso confusa con l’idea che chiunque possa diventare giornalista, con la conseguente convinzione dell’inutilità di tale professione. E’ più corretto, invece, parlare di atti giornalistici che chiunque può compiere, senza che solo per questo motivo ci si possa definire giornalisti.

## BOLLE INFORMATIVE

L’enorme mole di informazioni a disposizione sta producendo una sorta di reazione difensiva da parte del pubblico. La grande quantità di dati, opinioni, dichiarazioni e punti di vista facilmente disponibili in merito a qualsiasi evento o fenomeno sociale produce l’effetto di esporsi più volentieri a ciò che interessa maggiormente e alle opinioni che si condividono. Quando questo atteggiamento, peraltro da sempre esistente, diventa più radicale si parla di echo chamber (letteralmente: camera dell’eco) o bolle informative, per segnalare il progressivo ritrarsi del cittadino a dialogare soltanto di poche cose con persone con cui si condividono valori e punti di vista. Una sorta d’isolamento favorito dal timore provocato proprio dall’eccesso d’esposizione, che serve a consolidare le proprie convinzioni messe in dubbio dalla quantità di potenziali dati informativi a disposizione.

## FACT-CHECKING

La straordinaria abbondanza di informazioni in circolazione favorisce una ancora più numerosa mole di opinioni e dichiarazioni che politici, opinion maker ed esperti rilasciano quotidianamente ai media o postano su siti e profili social. Tutto ciò rende necessaria una continua verifica di tale materiale attraverso quello che è stato definito il fact-checking, traducibile con verifica dei fatti e delle fonti. In estrema sostanza, il fact-checking consiste nel continuo lavoro di accertamento relativo alla veridicità degli eventi richiamati e soprattutto dei dati utilizzati a sostegno delle proprie tesi.

Tale attività può essere svolta da qualsiasi cittadino, anche se stanno nascendo veri e propri specialisti (il fact-checker, appunto), persone e organizzazioni che lavorano da indipendenti, creando siti appositi, oppure hanno come committenti media interessati ad avere conferme in merito a quanto pubblicato o a materiali che devono ancora essere pubblicati.

## DEADLINE

Nell’attività giornalistica è molto importante che il lavoro sia concluso entro un termine prestabilito, che consenta a un servizio di essere pronto per l’ora in cui va in onda il telegiornale o il giornale radio, oppure a un articolo di rispondere alle esigenze organizzative per la sua messa in stampa. Tali esigenze hanno reso fondamentale nel lavoro giornalistico il rispetto dei tempi, ovvero della scadenza di consegna del pezzo, definita deadline, che è il limite orario ultimo in cui poter produrre un contenuto.

Tuttavia, con la digitalizzazione questa esigenza viene meno. Ogni contenuto è pubblicabile nel momento in cui è pronto, poiché ogni sito è continuamente aggiornabile. Tale trasformazione implica molte conseguenze, non solo dal punto di vista organizzativo, ma anche da quello dei tempi di lavoro, nel lavoro giornalistico, sempre più concentrato sul presente e sull’immediato.

## CONVERGENZA

Oramai ogni testata giornalistica – sia essa tradizionalmente cartacea, televisiva o radiofonica – deve prevedere la contemporanea presenza anche sul web, con specifici siti, nonché attivare propri profili sui principali social media.

Questa convergenza mediale – resa possibile dalle tecnologie digitali – produce rilevanti conseguenze sul piano economico, organizzativo e gestionale. Si tende infatti a integrare i processi di raccolta, selezione e presentazione delle notizie, per poi differenziarne le forme di distribuzione nei vari ambienti. (In questo ambito si sente parlare spesso di “digital first”: gli editori devono prima lavorare ai contenuti per l’uscita sui canali digitali, dove i tempi di pubblicazione sono molto più rapidi, e soltanto dopo declinarli per i media tradizionali, come la carta). Il processo di adattamento delle redazioni alle caratteristiche del mondo digitale ha richiesto tempo e certamente non può dirsi concluso. Inizialmente, l’informazione digitale è stata considerata come aggiuntiva rispetto a quella già esistente. Progressivamente, però, questa netta separatezza è stata superata, perché è cresciuta la consapevolezza di quanto le peculiarità dell’ambiente digitale richiedano l’elaborazione di contenuti specifici, che permettano la valorizzazione dei formati digitali e un migliore sfruttamento della multimedialità, facilitando così il coinvolgimento del pubblico (public engagement).