



La “novità fake news” è un fake?

No, al tempo della postverità c'è del “new”

“Fake news”, l'inglese per “notizie false” e “bufale”, è la locuzione che per la Treccani è “*entrata in uso nel primo decennio del XXI secolo per designare un'informazione in parte o del tutto non corrispondente al vero, divulgata intenzionalmente o inintenzionalmente attraverso il Web, i media o le tecnologie digitali di comunicazione, e caratterizzata da un'apparente plausibilità, quest'ultima alimentata da un sistema distorto di aspettative dell'opinione pubblica e da un'amplificazione dei pregiudizi che ne sono alla base, ciò che ne agevola la condivisione e la diffusione pur in assenza di una verifica delle fonti*”.

L'ecosistema della disinformazione, spesso associato al **disordine informativo** del Social Web, si può dividere tra “misinformazione”, che è la condivisione involontaria di informazioni false, e la “disinformazione”, che è la deliberata creazione e condivisione di informazioni note per essere false, e “mala informazione”, che comprende invece notizie vere condivise in maniera illecita per danneggiare qualcuno e qualcosa.

Molti degli eventi più significativi degli ultimi anni sono stati analizzati anche chiedendosi se ci fosse stata un'influenza delle fake news. Un esempio su tutti: in occasione della pandemia Covid 19, l'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha evocato il pericolo di una **infodemia**, la diffusione incontrollata di notizie non verificate, fuorvianti e false, e ha cercato di chiarire che occorre fidarsi solo dell'informazione istituzionale. Però non ha potuto evitare alcuni effetti di massa e nemmeno controllare adeguatamente la narrazione (sia istituzionale sia mediatica), a tal punto che il Ministero della Salute italiano ha dovuto smentire, sulla propria pagina istituzionale, che il virus si sconfigga facendo gargarismi con la candeggina.

What news?

Innanzitutto vogliamo chiederci se il nuovo regime informativo onlife giustifichi che le fake news siano qualcosa di nuovo, oppure se siano solo nuove forme di manifestazione di un problema sempre esistito. Come hanno sostenuto Giglietto, Iannelli, Valeriani e Rossi (2019), se “fake news is the invention of a liar”, l'invenzione di una bugia.

Nel 1873, in “Su verità e menzogne in senso extra-morale”, Nietzsche sosteneva che non ci sono fatti ma solo interpretazioni; la storia del giornalismo può essere riletta come il continuo tentativo di manipolazione (e di resistenza) di poteri economici, politici e culturali nei confronti dei media (un esempio per tutti: la Loggia P2 e il *Corriere della Sera*); il documento antisemita “Protocolli dei Savi di Sion”, inventato dalla polizia zarista nel 1903 e ancora in questi anni pericolosamente in circolazione, potrebbe essere ritenuta la fake news virale per eccellenza; come rilevava nel 1921 lo storico March Bloch in “La guerra e le false notizie”, il tema accompagna la costruzione del consenso per l'evento bellico. Di certo, dunque, il tema è trasversale e non nuovo. Eppure la tesi che proponiamo è che “la notizia”, la novità, ci sia. Le fake news non sono nate con l'ambiente digitale, ma acquisiscono una particolare rilevanza nella società della **postverità**, ossia segnata da un tipo di comunicazione in cui i fatti oggettivi sono meno influenti nel formare l'opinione pubblica del ricorso alle emozioni e alle convinzioni personali pregresse.

Da 1984 di Orwell

“Sapere e non sapere. Essere cosciente della suprema verità nel mentre che si dicono ben architettate menzogne, condividere contemporaneamente due opinioni che si annullano a vicenda, sapere che essere sono contraddittorie e credere in entrambe. [...] Anche per capire il significato della parola «bipensiero» bisognava mettere, appunto, in opera il medesimo”.

Il tempo della postverità

La riflessione sulle fake news va quindi inserita nella **postverità** come strategia retorico-persuasiva tipica del Web 2.0, in cui è prevalente la componente soggettiva e passionale su quella referenziale; vuol dire che non conta la veridicità di quanto si afferma, ma i **sentimenti** che mobilita e le **convinzioni** che il messaggio conferma. È questo regime discorsivo (insieme di pratiche culturali, retoriche, mediali) a fare la differenza.



Nel 2016 “post-truth” (postverità) è stata indicata come parola dell’anno dall’Oxford English Dictionary. La diffusione delle fake news è strettamente collegata alla visione polarizzata dei fatti che può portare all’**hate speech** (Pasta, 2018). Le fake news sono dunque spesso funzionali a compattare e motivare chi ha già convinzioni di partenza simili. È la tendenza della postverità connessa alla personalizzazione: più che negare la verità, la moltiplica e la privatizza. Le verità diventano così tante quanto i soggetti che vogliono enunciarle, in un regime discorsivo in cui tante verità convivono senza gerarchie. Si può applicare tale processo ai dibattiti medici, in cui il parere degli immunologi più affermati nella comunità scientifica conta quanto l’esperienza personale del singolo cittadino. Oppure tale regime informativo può compromettere il dibattito su temi sensibili: “postverità” è anche la chiave interpretativa con cui i media italiani hanno parlato di immigrazione secondo gli annuali rapporti dell’Associazione Carta di Roma (www.cartadiroma.org).

Il fascino per il complottismo

Tommaso Vitale (2019) ha ricostruito il meccanismo di “**rafforzamento sociale** delle credenze” tipico del regime neomediatico nell’analisi dei 22 attacchi (dalle aggressioni ai linciaggi) registrati in Francia contro i rom dal 22 al 25 marzo 2019, a seguito della diffusione della falsa notizia per eccellenza associata ai rom, il presunto rapimento di bambini, riportata da oltre 16 milioni di messaggi contenenti incitazioni all’odio e all’omicidio nei social network. Le fake news sono spesso collegate al fascino per il complottismo, in quanto diffusione di notizie che svelerebbero altre verità rispetto a quella ufficiale. A volte si tratta di storie ridicole, ma spesso favoriscono l’odio e i processi di elezione a bersaglio, poiché l’idea del complotto suscita sentimenti contro un nemico comune. Basandosi su poche idee, il complottista unisce singoli eventi separati, indica una qualche autorità misteriosa che complotta contro i “buoni” con meno potere, che sono gli unici ad essersi accorti di queste trame oscure, ma che risulteranno vincitori. Si tratta di un archetipo mitico, tipico di storie che fanno presa sull’emotività, saltando i passaggi razionali e il pensiero critico.

Lecture

Faloppa F., Gheno V. (2021), *Trovare le parole. Abbecedario per una comunicazione consapevole*, EGA, Torino.

Lorusso A.M. (2018), *Postverità*, Laterza, Roma-Bari.

Pasta, S. (2018), *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell’odio online*, Scholé, Brescia.

Vitale T. (2019), *Raid, spari e pestaggi contro i rom in Francia: quando una fake news diffusa sui social scatena l’odio razzista*,

<https://www.cremi.it/raid-spari-e-pestaggi-contro-i-rom-in-francia-quando-una-fake-new-diffusa-sui-social-scatena-lodio-razzista/>.