



Walter Quattrociochi  
Antonella Vicini

## POLARIZZAZIONI

Informazioni, opinioni e altri  
demoni nell'infosfera

FrancoAngeli semi 

per coltivare le conoscenze

## Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con **Adobe Acrobat Reader**



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile **con Adobe Digital Editions**.

Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



## **Semi**

Per coltivare le conoscenze

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati  
possono consultare il nostro sito Internet:  
[www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page  
al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Walter Quattrocchi  
Antonella Vicini

## **POLARIZZAZIONI**

Informazioni, opinioni e altri  
demoni nell'infosfera



Grafica della copertina: *Alessandro Petrini*

Copyright © 2023 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it).*

*Meglio fuori che dentro, dico io.*  
Shrek

*Non sono d'accordo con quello che dici,  
ma darei la vita perché tu possa dirlo.*  
cit.



# Indice

---

<b>Introduzione</b>	pag.	11
<b>1. Raccordi</b>	»	15
La data science per comprendere l'infosfera	»	15
Vecchie e nuove realtà nel mondo dell'informazione	»	18
Nuovi media e vecchie teorie	»	21
Rappresentazioni e dualismi	»	23
Teorie del complotto nella società liquida	»	26
<b>2. Mare nostrum</b>	»	33
Mare magnum	»	33
Esplorazioni	»	37
Come si diffondono le informazioni sui social?	»	41
Che cosa succede a restare troppo in una <i>echo chamber</i> ?	»	43
Linguaggi e tribù	»	46
<b>3. Individui e informazioni</b>	»	54
Quando il troppo è troppo	»	54
Esposizione selettiva	»	59
Notizie e polarizzazione	»	64

<b>4. Riti tribali</b>	pag.	71
Immersi nelle <i>echo chambers</i>	»	71
Omologazione sociale e linguistica	»	78
<i>Echo chambers</i> ricorsive	»	85
<b>5. Algoritmi e polarizzazione</b>	»	93
I social sono il male?	»	93
Una relazione complicata: piattaforme social e ricerca	»	96
Intrattenimento e polarizzazione	»	102
<b>6. Conversazioni online</b>	»	111
Conformità e tossicità	»	111
Viralità e indignazione	»	114
Leoni da tastiera e altri animali fantastici	»	124
<b>7. Cyberwar: interferenze e moderazione</b>	»	131
Ingannare gli algoritmi nel frastuono dei social	»	131
Moderazione e sregolatezza	»	138
Dalle <i>echo chambers</i> alle <i>echo platforms</i>	»	145
<b>8. Infodemia</b>	»	149
Pericolo e informazione	»	149
L'infodemia del Covid-19	»	152
A volte succedono cose impossibili	»	158
Infodemia e cambiamento climatico	»	161
<b>9. Da Dawkins al digitale: l'evoluzione e il valore degli internet meme</b>	»	166
<i>di Anita Bonetti</i>	»	166
Lo studio dei meme dagli anni Settanta a oggi	»	167
Metodologia	»	169
Creare valore attraverso i meme	»	172
Conclusione	»	176

<b>Conclusioni, sempre temporanee</b>	pag.	181
<b>Postfazione. Il futuro è oggi.</b>		
<b>Con quel che ne consegue</b>	»	187
<i>di Marco Cattaneo</i>	»	187
<b>Bibliografia</b>	»	191
<b>Ringraziamenti</b>	»	195



# Introduzione

---

*All endings are also beginnings. We just don't know it at the time.*

Mitch Albom

Quotidianamente lasciamo una parte di noi su internet e sui social network, facendo una ricerca, acquistando qualcosa, studiando un percorso, prenotando un viaggio, commentando una foto, scaricando un podcast, leggendo una notizia, guardando un film.

In questo libro cercheremo di raccontarvi, in maniera sobria e scientificamente fondata, le trame intricate di un fenomeno molto importante e articolato che spesso è affrontato attraverso le lenti distorsive della speculazione senza riscontro: l'impatto di internet e delle piattaforme social nella nostra società. Da qualche tempo, anche un po' per come sono impostati i social, si vede il proliferare di sedicenti esperti che pontificano in maniera un po' ingenua e interessata su temi importanti e complicati.

L'idea è quella di passare le informazioni senza troppi intermediari, ovvero dai produttori degli studi direttamente ai consumatori.

*In primis*, internet e le sue piattaforme hanno dato il grande vantaggio agli utenti di poter accedere a qualsiasi tipo di informazione e servizio, in qualsiasi momento, sal-

tando ulteriori mediazioni. Nel mondo digitale (apparentemente) disintermediato è tutto orizzontale, senza gerarchie.

Le opinioni, le paure e i desideri che formano l'identità di una persona in cerca costantemente di conferme, equilibrio e definizione, trovano il loro posto anche negli ambienti digitali, senza distinzioni. Ambienti sempre più simili a quelli non virtuali.

Questo meccanismo democratico, però, mostra anche i suoi punti controversi.

I social network rivelano, infatti, sempre di più il nostro essere "umani", nel senso di esseri imperfetti e fallaci, svelando le dinamiche che muovono il nostro agire e amplificandole. Impieghiamo cura e impegno per costruire il nostro profilo migliore, fatto dalle parole più adatte e accattivanti per definirci, vivendo un'esistenza sempre più esposta al giudizio altrui. Revisioniamo costantemente gli altri e noi stessi, fabbricando un'immagine edulcorata e pianificata e, alle volte, finiamo anche per crederci. Quanto è difficile, in questo contesto, prendersi poco sul serio, ricordarsi delle proprie fragilità e accettare quelle degli altri?

Nel mondo reale, quando ci sentiamo toccati nelle nostre debolezze, spesso ci arrabbiamo, sferrando sinistri e destri per difenderci e attaccare (altre volte incassiamo).

Lo stesso avviene in un ambiente virtuale, a colpi di tastiera.

Anche per questo sul web e sui social è facile trovare dualismi e dicotomie che causano scontri dai toni ferocissimi. La polarizzazione è una costante del mondo online, perché, da un lato, ognuno si rinchioda nel proprio pensiero ed è figlio dei suoi cari pregiudizi, dall'altro perché fa audience ed è premiata da un modello di business basato sulla vendita di pubblicità. L'antagonismo tra fazioni diverse si esplicita sui social network, dove agiscono bias cognitivi e algoritmi in un gioco in cui, infine, nessuno può dire di essere veramente libero.

Potrebbe esserci necessità, allora, di ridefinire il nostro personale concetto di "umano", accettando una natura spes-

so imperfetta che si manifesta sul web, ammettendo la propria parzialità anche nella conoscenza, comprendendo gli errori personali e quelli altrui. Ma, invece, spesso, attraverso lo schermo di un computer è più facile disumanizzare – e quindi discriminare – gli altri e lasciarsi andare agli insulti.

Una tendenza emersa sin dagli albori dell'era internet se negli anni Novanta Mike Godwin partorì una teoria, oggi nota come la legge che porta il suo nome.

La “legge di Godwin” afferma che, man mano che una discussione online si allunga, la probabilità che nella conversazione si faccia un paragone con i nazisti o Hitler si avvicina a uno. Ovviamente si tratta di un'iperbole, ma rende bene l'idea.

Nonostante allo stato attuale non ci siano ancora dati e analisi quantitative robuste a supporto di questo teorema, è tuttavia vero che all'interno dei social network trova spesso spazio anche il cosiddetto *bate speech*.

Il termine è ormai piuttosto diffuso e si utilizza per indicare discorsi online (e non solo) che esprimono odio o incoraggiano la violenza nei confronti di una persona o di un gruppo sulla base di elementi come la razza, la religione, il sesso o l'orientamento sessuale.

Fare buon uso dei social network, allora, potrebbe non sembrare più così scontato come si credeva. In una successione repentina, infatti, esempi virtuosi si alternano a dinamiche d'odio, come l'*bate speech*, appunto, il *revenge porn* e il *cyberbullismo*. Per questo si rende sempre più necessario indagare i meccanismi che costituiscono il funzionamento del mondo online, la voce interiore, il loro *daimon*.

Per i greci antichi era proprio il *daimon*, inteso in filosofia come una realtà psichica<sup>1</sup>, ciò che anima nel profondo. Secondo il mito di Er raccontato da Platone, ciascuno riceve il suo demone prima di nascere e resterà il suo compagno per tutta la vita.

Quando tutte le anime si erano scelte la vita, secondo che era loro toccato, si presentavano a Lachesi. A ciascuna ella dava come

compagno il genio [daimon] che quella si era assunto, perché le facesse da guardiano durante la vita e adempisse il destino da lei scelto. E il daimon guidava l'anima anzitutto da Cloto: sotto la sua mano e il volgere del suo fuso, il destino prescelto è ratificato<sup>2</sup>.

\* \* \*

È dalla condivisione dei dati emersi via via dagli studi intrapresi sin dal 2013 (in quel di Boston) che si è sviluppato il dibattito politico sul tema della disinformazione e sul ruolo delle piattaforme nei processi democratici. Comprendere ciò che anima nel profondo i social network, quali dinamiche siano alla base delle comunità umane che vi si creano, provare a capire come muoversi per creare meno danni possibile, fornire i primi strumenti per individuare il *daimon* e saperlo riconoscere è lo scopo di questo volume che prende il via da dove ci eravamo salutati ormai sei anni fa.

Se fosse una serie TV ripartiremmo con un classico “dove eravamo rimasti” e con un montaggio sincopato per riassumere i momenti clou della precedente stagione. È un po' quello che faremo nelle prossime pagine per accompagnare il lettore in un viaggio all'interno di un universo complesso e in continua evoluzione.

## Note

<sup>1</sup> Hillman J. (2009), *Il codice dell'anima*, Adelphi, Milano.

<sup>2</sup> Platone, *Repubblica*, X, 620d-e.

# 1

## Raccordi

---

*It is a capital mistake to theorise before one has data.*

Sir Arthur Conan Doyle

### **La data science per comprendere l'infosfera**

Il mondo digitale è ormai il nostro pane quotidiano. Siamo circondati dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. Guardare lo smartphone è un gesto abituale sia per rimanere aggiornati sulle ultime notizie, sia per visualizzare i vari post sui social network o, semplicemente, per riempire i momenti di noia. Utilizziamo il digitale come una continuazione della nostra natura fisica e, più il tempo passa, più le tecnologie dell'informazione e della comunicazione diventano pervasive.

Quanto è gratificante per il nostro cervello (facendo finta che non sia lui a leggere questo libro) poter soddisfare ogni curiosità ci salti in mente in pochi secondi?

Sovraesposti a milioni di informazioni, ventiquattr'ore al giorno, in un mix di futilità, attualità, fatti a volte gravi e spesso duri da accettare e comprendere, è difficile non percepire un certo disagio, una forma di dissonanza quando, scorrendo le pagine di un social network, nel giro di qual-

che secondo passiamo da un video di teneri cuccioli alla prima pagina dal fronte di guerra.

La pandemia da Covid-19, per esempio, ha lasciato il segno aumentando il tempo che dedichiamo al digitale: in Italia nel 2020 si è toccato il record, con una media di sei ore e ventidue minuti al giorno spesi online<sup>1</sup>. Gli utenti hanno trascorso quotidianamente sui social una media di quasi due ore. A questi cambiamenti nella dimensione temporale ne corrispondono altrettanti in quella spaziale, essendo circondati in qualsiasi momento da molteplici dispositivi digitali, dagli assistenti vocali agli smartwatch e ai tablet. È una trasformazione che muta anche il modo in cui concepiamo la realtà e come interagiamo con essa, integrandoci e abituantoci a quello che la tecnologia mette a disposizione con il suo progredire. Non per forza dobbiamo dare a questo cambiamento un giudizio positivo o negativo, ma dobbiamo forse ammettere che sia più sostanziale di quanto non si fosse immaginato.

I media digitali non sono più da considerarsi come dispositivi esterni, ma semmai veri e propri spazi nuovi in cui abitare la realtà<sup>2</sup>; un ecosistema in continua evoluzione. Una volta cadute le categorie tradizionali di online e offline, la nostra esistenza è diventata *onlife*, perché non abbandoniamo mai l'*infosfera*. È il filosofo Luciano Floridi a spiegare che cosa sia l'*infosfera*.

A un livello minimo, l'*infosfera* indica l'intero ambiente informazionale costituito da tutti gli enti informazionali, le loro proprietà, interazioni, processi e reciproche relazioni. È un ambiente paragonabile al, ma al tempo stesso differente dal, cyberspazio, che è soltanto una sua regione, dal momento che l'*infosfera* include anche gli spazi d'informazione offline e analogici. A un livello massimo, l'*infosfera* è un concetto che può essere utilizzato anche come sinonimo di realtà, laddove interpretiamo quest'ultima in termini informazionali<sup>3</sup>.

Ma l'impatto tecnologico non si manifesta solo nel modo in cui percepiamo la realtà e in cui interagiamo con essa.

Secondo Floridi, si ha un impatto anche su altri due fattori principali: le nostre interazioni sociali e il modo in cui concepiamo noi stessi. Nei prossimi anni dovremo, quindi, cercare una nuova risposta alla domanda: “Chi siamo noi?” e “Come stiamo evolvendo?”. Ecco perché studiare il modo in cui ci immergiamo nell’infosfera e come si diffonda l’informazione al suo interno diventa fondamentale non solo per conoscere la realtà che ci circonda, ma per indagare noi stessi, per cercare di capire quale direzione, tra tutte quelle possibili, vogliamo percorrere nel futuro.

Per analizzare e studiare come ci comportiamo quando siamo online e per quali motivi lo facciamo, è possibile avvalersi degli strumenti della *data science*, la scienza che grazie all’enorme quantità di dati prova a studiare in maniera empirica e quantitativa molti aspetti che prima erano prerogativa esclusiva dei teorici delle speculazioni senza riscontro.

Quando navighiamo negli ambienti web, infatti, lasciamo numerose tracce della nostra presenza, analizzando le quali è possibile ricavare informazioni e pattern utili per comprendere in maniera più precisa e puntuale le dinamiche sociali.

Questo tipo di lavoro e l’esperienza raccontata in questo libro – cominciato nel 2012 alla Northeastern University di Boston e proseguito a Lucca (dal 2014 al 2017) e poi a Venezia (dal 2017 al 2020), per continuare a Roma – hanno una peculiarità e cioè quella di assorbire nella data science la prospettiva della fisica dei sistemi complessi, quella che è valsa il premio Nobel per la Fisica al nostro Giorgio Parisi nel 2021.

Ovvero, secondo l’approccio raccontato in questo libro, non ci si concentra tanto sulle caratteristiche del singolo individuo, quanto sulle sue interazioni. Il potere descrittivo delle interazioni ha aperto, infatti, da circa vent’anni finestre che prima erano quantomeno impensabili<sup>4</sup>.

L’enorme quantità di informazioni che abbiamo a disposizione (il cosiddetto “diluvio di dati”) costituisce la peculiarità di questa epoca<sup>5</sup> e non è un caso se si parla di informazioni come dell’oro del XXI secolo. Disporre dei dati che riguardano le abitudini di uso e consumo di milioni di potenziali

clienti fa gola al mercato perché promette di poter descrivere, intendere e prevedere i comportamenti sociali di massa.

Grazie alla commistione dei sistemi complessi e della data science, infatti, sono stati compiuti notevoli passi avanti nella comprensione di fenomeni come la diffusione e il consumo delle informazioni e si è anche cominciato a parlare con maggior cognizione di causa di narrazioni (come quella complottista che citiamo ampiamente in questo volume) e di contagio sociale.

Le domande a cui stiamo cercando di rispondere vanno nella direzione della comprensione profonda dei fattori che guidano e plasmano la società.

Come mettere l'elemento umano al centro di questa rivoluzione tecnologica? Come riuscire a ridurre la polarizzazione? Come costruire una relazione ottimale con le tecnologie digitali in modo che arricchiscano davvero il nostro tempo?

E vorremmo che le risposte a queste domande non fossero solo densi impianti speculativi senza riscontro, ma frutto di un percorso scientifico solido che formula e verifica ipotesi per aggiungere tasselli validati allo svelamento delle dinamiche profonde della nostra società.

## **Vecchie e nuove realtà nel mondo dell'informazione**

All'interno del nuovo mondo dell'informazione anche i media tradizionali stanno subendo un cambiamento sostanziale. Il ruolo una volta occupato dalla televisione, dalla radio e dai giornali nella formazione delle opinioni oggi è accompagnato, e a volte sostituito, infatti, dalla rete, che ha eroso progressivamente uno spazio fino a qualche anno fa inviolabile. Il mondo dell'informazione, abituato a trasmettere unidirezionalmente a un pubblico indifferenziato, si è trovato così a comunicare in modo orizzontale sulle piattaforme social e ha cercato di adattarsi sempre di più al loro business model. Per fare questo, però, ha dovuto abbandonare quelle prerogative che rendevano l'informazione

classica il luogo di un'élite considerata l'unica titolare delle notizie. Un processo di democratizzazione foriero di delegittimazione che, naturalmente, non riguarda solo il mondo del giornalismo.

Il problema è che, entrando in un campo nuovo, basato almeno apparentemente sulla disintermediazione, il giornalismo e l'informazione rischiano di abbandonare la loro stessa natura che si regge, almeno sul piano teorico, sulla verifica delle fonti, sull'imparzialità e sulla pertinenza, per iniziare a misurarsi con dinamiche di matrice praticamente opposta.

In un sistema orientato a massimizzare la quantità di tempo che gli utenti trascorrono online, i contenuti che vengono premiati non sono, infatti, sempre quelli di maggiore qualità, ma quelli che riscuotono più successo in termini di Like e visualizzazioni.

Le piattaforme di social networking sono nate, infatti, per intrattenere gli utenti nel loro tempo libero. All'aumento di interazioni e di attenzione del pubblico segue anche un aumento di valore economico e appetibilità della sfera pubblicitaria. Ecco la prima delle motivazioni per cui la polarizzazione viene premiata: perché il dibattito genera audience e interazioni e, quindi, i contenuti divisivi riscuotono successo<sup>6</sup>.

Sui social network, da un lato si trovano le testate giornalistiche che, per adeguarsi ai tempi delle piattaforme, condividono grandi quantità di contenuti, accorciando il tempo di produzione (e le retribuzioni di chi scrive); dall'altro, si trovano pagine da milioni di follower che diffondono contenuti informativi, pur non potendo sempre contare su professionisti tra le proprie fila.

La riduzione dei tempi di pubblicazione è il maggior nemico di un'informazione di qualità.

In questo ambiente, l'ansia di bucare una notizia si amplifica in maniera esponenziale e con essa cresce maggiormente anche il rischio di produrre e diffondere informazioni poco accurate e contenuti superficiali. Tutto questo accentua lo scetticismo anche nei confronti dei professionisti dell'informazione.

Nel panorama dei nuovi media i contenuti assumono forme differenti e si incontrano.

Da una postazione fissa o da un dispositivo mobile possiamo allo stesso tempo scrivere messaggi, leggere un libro, vedere un filmato e navigare su internet, tutte attività che fino a qualche tempo fa erano legate all'utilizzo di strumenti diversi. Ne consegue una commistione di generi e linguaggi, in cui nuove e vecchie realtà si contaminano. È quella che Henry Jenkins ha definito *convergenza dei media*:

Con convergenza, intendo il flusso di contenuto attraverso molteplici piattaforme mediali, la cooperazione fra diverse industrie dei media e i comportamenti migratori dell'audience dei diversi media che andranno quasi ovunque alla ricerca del genere di esperienza che cercano<sup>7</sup>.

Jenkins non si limita a fornire una definizione, ma propone anche un'interessante analisi della relazione tra la *convergenza*, la cultura partecipativa e quella che Pierre Lévy chiama retoricamente l'*intelligenza collettiva*. La convergenza non è solo mediale, infatti, ma riguarda un insieme di trasformazioni culturali, sociali, tecnologiche e di mercato<sup>8</sup>. Essa si trova anche tra *producer* e *consumer* dell'informazione che progressivamente stanno diventando *prosumer*, perché sono in grado sia di partecipare ai contenuti altrui sia di produrli, instaurando un rapporto bidirezionale con i propri interlocutori. Dando la possibilità di commentare, condividere e creare, il Web 2.0 e le sue piattaforme hanno fornito gli strumenti per esprimere il proprio parere senza intermediari. Quello che ne consegue è la possibilità di definire una dimensione cooperativa attraverso i processi di consumo mediale per generare collettivamente nuovi significati<sup>9</sup>.

Ne sono un esempio i meme, il cui significato letterale il più delle volte non è importante tanto quanto le relazioni sociali generate<sup>10</sup>. I meme – di cui avrete modo di leggere più approfonditamente più avanti – possono essere considerati una lingua franca emersa dagli ambienti digi-

tali<sup>11</sup>, perché mettono in comunicazione persone di lingue differenti, collegando gli utenti di internet in tutto il mondo. In quanto lingua franca indigena degli ambienti digitali, i meme sono abbastanza flessibili da svolgere numerosi ruoli sociali. Rafforzano il capitale sociale e le identità collettive stabilendo – come spiegano in un’analisi del 2015 Piia Varis, e Jan Blommaert, rispettivamente dell’Università di Tilburg e di Ghent – un terreno comune e una parentela tra le parti in conflitto. Il più delle volte, l’esatto significato dei meme non è importante quanto le relazioni sociali generate dalla loro intertestualità, che li rende una forma di comunicazione altamente *fatica*.

Così, in un ambiente senza filtri come quello online, le conoscenze si scambiano in tempo reale a livello mondiale, determinando una sorta di flusso di coscienza collettivo e globale. Questa è la faccia buona della democrazia della rete: la disintermediazione che permette di arricchire i saperi a livello globale, sviluppando nuovi significati. Ma, come è stato già spiegato<sup>12</sup> e si scoprirà leggendo questo libro, internet è anche Giano Bifronte. L’altra faccia di questa nuova divinità infatti raccoglie, semplifica, sintetizza ed estremizza.

A oggi, perciò, orientarsi all’interno del labirinto dell’informazione è molto complicato e macchinoso. Ci muoviamo nello spazio digitale alla ricerca di appigli e ci scontriamo con un mondo mutato in cui si incontrano (e confliggono, a volte) nuove e vecchie realtà.

Ciò che non è cambiato è il modo che abbiamo di trattene le notizie che provengono dal mondo dell’informazione. Perché sostanzialmente è l’essere umano a non esser mutato poi tanto.

## **Nuovi media e vecchie teorie**

I social network erano solamente un miraggio lontano quando McCombs ha formulato la teoria dell’Agenda Setting e dell’impatto dell’agenda dei media su quella pubblica, in-

dagando il potere dei media tradizionali di influenzare priorità dei temi, figure politiche e altri elementi.

La formazione dell'opinione pubblica è influenzata dal modo in cui vengono presentate le notizie e, anche se oggi i media tradizionali sono attraversati da un processo di convergenza, questa teoria rimane ancora valida.

Eugene F. Shaw nel 1979 scriveva:

La gente tende a includere o escludere dalle proprie conoscenze ciò che i media includono o escludono dalle proprie conoscenze<sup>13</sup>.

In breve, le priorità impostate dai media verranno sentite come tali anche dai cittadini e più un argomento si ripete, più verrà percepito come importante anche dall'opinione pubblica.

Non si tratta solo del focus iniziale su determinati argomenti, ma anche della posizione che poi assumeremo a riguardo. Per spiegare questo concetto McCombs ha teorizzato anche l'impatto della cosiddetta "agenda degli attributi", che riguarda la salienza delle caratteristiche degli oggetti su cui si focalizza la nostra attenzione, ovvero i media coprono le notizie enfatizzando alcuni elementi dei fatti a discapito di altri, facendo prevalere interpretazioni ben distinte.

Su questo tema, per fare un esempio concreto, hanno scritto (probabilmente inconsapevolmente) pagine e pagine, e post su post, tutti coloro che hanno considerato il tema della pericolosità del Covid come frutto di un complotto studiato ad arte proprio per persuadere l'opinione pubblica della necessità di attuare misure di contenimento particolarmente restrittive.

A occuparsi di come i media tradizionali influenzino la popolazione è anche la *Cultivation Theory*, partendo dalla consapevolezza che la televisione (in quegli anni) fosse il sistema di apprendimento più pervasivo e presente nella società<sup>14</sup>.

C'è da dire che nel contesto dell'informazione attuale i media mostrano una tendenza, anche per necessità di busi-

ness, a fidelizzare il loro pubblico di riferimento attraverso la costruzione di una narrativa che evolve e salda la massa anche nel modo in cui vengono presentati e interpretati i vari eventi.

Soprattutto in mancanza di conoscenza del contesto, cerchiamo degli appigli che forniscano una strada sicura nel mare magnum di informazioni e interpretazioni che ci circonda. Ciò dipende dalle caratteristiche personali e per questo gioca un ruolo quello che un individuo conosce, desidera, pensa, crede, e nuovamente desidera. Dal momento che sarebbe impossibile prestare attenzione a tutto, abbiamo necessità di trovare un sistema di strategie che ci consenta di orientarci.

## **Rappresentazioni e dualismi**

Sui social network siamo prima di tutto una rappresentazione di noi stessi; dei veri e propri personaggi. Costruiamo un alter ego, un'identità online selezionando le immagini e le parole migliori per definirci e presentarci agli altri. Succede, quindi, che ci riflettiamo sulle piattaforme come se fossero uno specchio. Il termine "egosurfing" sta a indicare proprio la ricerca di sé, del proprio nome, dei riferimenti a se stessi e della foto nel web. Google → "nome + cognome" → cerca: chi di noi non l'ha mai fatto?

È anche un modo per cercare di quantificare e descriverci attraverso quello che rimane su internet.

Siamo curiosi di sapere che cosa il mare sconfinato del web abbia trattenuto di noi: quali aspetti siano valorizzati, quali interessi, tratti caratteristici e immagini compaiano prima degli altri. E magari si presentano anche nuovi tratti della nostra personalità che non avevamo considerato e ci scopriamo diversi, migliori o peggiori.

Nel racconto di Ovidio, Narciso era così bello da far innamorare tutti. Ma lui preferiva trascorrere le sue giornate in solitudine. Dopo l'ennesimo rifiuto, però, subì la vendetta

e fu condannato a innamorarsi della sua stessa immagine riflessa nell'acqua, senza mai riuscire ad afferrarla.

Desidera, ignorandolo, se stesso, amante e oggetto amato,  
mentre brama, si brama, e insieme accende ed arde.  
Quante volte lancia inutili baci alla finzione della fonte!  
Quante volte immerge in acqua le braccia per gettarle  
intorno al collo che vede e che in acqua non si afferra!  
Ignora ciò che vede, ma quel che vede l'infiamma  
e proprio l'illusione che l'inganna eccita i suoi occhi.  
Ingenuo, perché t'illudi d'afferrare un'immagine che fugge?  
Ciò che brami non esiste; ciò che ami, se ti volti, lo perdi!<sup>15</sup>

E così Narciso non riconosce nell'immagine il riflesso di se stesso, ignorando per sempre chi sia veramente. Anche questo, in fondo, ha la sua poesia. La cosa romantica del mito di Narciso sta proprio in questo non riconoscimento.

I ricercatori della Ohio State University Jesse Fox e Margaret C. Rooney nel 2015 hanno condotto un'indagine online negli USA su un campione rappresentativo di persone di età compresa tra i 18 e i 40 anni, ricercando come narcisismo, machiavellismo e "tratti antisociali" si leghino alle abitudini degli utenti online. Gli individui più narcisisti hanno riferito di trascorrere più tempo sui social network. Inoltre, è questo il dato più preoccupante, è emersa una correlazione tra narcisismo e "tratti antisociali"<sup>16</sup>. Quanto ciò sia indotto dalla piattaforma non è ancora chiaro.

Che ne siamo consapevoli o meno, i social network svolgono la funzione di uno specchio gratificante in cui l'approvazione è quantificata dal numero di reazioni, questo fa sì che quello che pubblichiamo abbia, insomma, più lo scopo di parlare a una platea che di comunicare.

"Hai visto quanti Like?": chi non lo ha detto riferito a sé o ad altri? Like e condivisioni rappresentano piccole e rassicuranti conferme, ma è difficile trovare una ratio univoca dietro a questi fenomeni, anche perché molto dipende dagli algoritmi, come vedremo più avanti.

Nel 2019, il post di Instagram con più Like è stato un uovo; nel 2022 è stato l'influencer Khaby Lame il più segui-

to al mondo su TikTok con video ironici, ma privi di ogni contenuto che in tempi record hanno raggiunto centinaia di milioni di follower. All'estremo, il trasformismo online comporta la modificazione dei contenuti per fornire agli spettatori ciò che vogliono.

In questo contesto, informazioni più o meno accurate, contenuti distorti e fuorvianti possono raggiungere un'immensa popolarità cavalcando spesso la sfiducia e l'insofferenza; lo scambio di idee non si verifica infatti quasi mai, piuttosto si nota la tendenza a voler mettere a tacere e attaccare la controparte al punto che tra le nuove parole entrate nel vocabolario della lingua italiana si trova anche "blastare", e cioè, come scrive l'Accademia della Crusca:

deridere e zittire con violenza e pubblicamente (soprattutto sui social network), solitamente da una posizione di forza, chi ha palesemente detto una sciocchezza<sup>17</sup>.

È più forte di noi: l'invettiva sui social network prende il sopravvento, mentre il dibattito si annulla lasciando il posto al dualismo pro o contro. Tutto questo limita la comprensione e l'analisi lucida dei fatti.

Ricordate il caso della fake news del Senatore Cirenga? Nel post diventato virale in rete alcuni anni fa, si parlava dell'approvazione di un fondo per "Parlamentari in crisi" da 134 miliardi di euro. Anche se la falsità dei dati riportati era facilmente verificabile, in pochi si sono accorti dell'errore e la notizia si è diffusa rapidamente sul web sulla scia dell'indignazione pubblica.

Nessuno può dirsi al riparo dalla disinformazione, nemmeno i nostri politici. Pensiamo alle interrogazioni dei parlamentari della Repubblica Italiana sulle scie chimiche, gli ufo e l'11 settembre.

Secondo i dati dell'indagine PIAAC di OCSE<sup>18</sup> del 2019<sup>19</sup>, in Italia circa il 28% della popolazione tra i 16 e i 65 anni è considerata "analfabeta funzionale". Ma non solo.

Il *Programme for International Student Assessment*<sup>20</sup> nel 2018 ha rilevato per gli studenti italiani un punteggio di 476,

inferiore alla media OCSE (487), collocandoli tra il 23° e il 29° posto tra gli altri Paesi. Il punteggio in lettura del 2018, tuttavia, non si è discostato in modo statisticamente significativo da quello della precedente rilevazione PISA.

Da queste considerazioni non è esclusa la cosiddetta classe dirigente, a volte con esiti comici, come quando a essere interpretato erroneamente è stato proprio il dato riguardo alla percentuale di giovani analfabeti funzionali in Italia<sup>21</sup>.

Altre volte gli esiti sono più preoccupanti, soprattutto se si sommano a una situazione già di per sé tragica come quella della pandemia da Covid-19.

Citiamo un caso dei tanti.

L'attuale presidente del Consiglio, Giorgia Meloni, nel 2021 scriveva sul suo profilo Facebook che: “La fondazione Hume certifica – in uno studio del ricercatore Mario Menichella – che le terapie domiciliari abbattano drasticamente la mortalità e l'ospedalizzazione da Covid-19”<sup>22</sup>. Eppure, da quella che non è una società scientifica ma di diritto privato, non erano stati citati studi pubblicati su riviste scientifiche e nessuna agenzia regolatoria aveva acconsentito alle cure domiciliari anti-Covid. Questo non ha impedito alla notizia di rimbalzare e animare un dibattito già piuttosto acceso e divisivo.

Una volta messe in rete, è difficile arginare le fake news e anche gli interventi correttivi risultano poco efficaci, come scopriremo più avanti. Un'informazione falsa che si inserisce in una situazione emergenziale dove lo stato d'allerta dei cittadini è già elevato, costituisce un pericolo. A volte si tratta di misinformazione, quindi di informazioni errate diffuse in buona fede, altre di disinformazione e qui la faccenda si fa più preoccupante perché la disinformazione studiata ad arte fa rima con strumentalizzazione, soprattutto se con fini politici.

## **Teorie del complotto nella società liquida**

Nella società contemporanea i confini e i punti di riferimento si sgretolano, mentre il potere diventa sempre

più svincolato dal controllo delle persone. Viviamo una modernità privatizzata, individualizzata e incerta, in cui l'euforia va di pari passo alla necessità di realizzare tutto e subito. Il filosofo e sociologo polacco Zygmunt Bauman l'ha definita "società liquida", quella che ha perso i punti di riferimento solidi, tipici della modernità, per trasformarsi in un mondo più fluido, dove le relazioni umane sono più precarie e dove i contorni sono più incerti. In questa "modernità liquida" tutto viene messo in discussione, dai legami ai rapporti di potere. Ritrovarsi spaesati è naturale e necessario, mentre assistiamo al modificarsi delle nostre comunità, dei rapporti interpersonali e della solidarietà. Secondo Bauman, un punto chiave per conoscere l'epoca in cui viviamo è comprendere la separazione tra potere e politica. Come emerge nella conversazione con il sociologo scozzese David Lyon<sup>23</sup>, "ciò che è circoscritto, strutturato e stabile finisce così per liquefarsi".

La liquefazione delle forme sociali e la separazione tra potere e politica – si afferma – sono due caratteristiche-chiave della modernità liquida che hanno evidenti attinenze con la sorveglianza, ma vale la pena di ricordare anche altri due collegamenti. Uno è il rapporto di reciprocità che intercorre tra nuovi media e fluidità delle relazioni. Mentre alcuni additano i nuovi mezzi di comunicazione come causa della frammentazione sociale, Bauman ritiene che sia vero anche il contrario. Egli ipotizza che i social media siano un prodotto della frammentazione sociale, e non solo (o non necessariamente) viceversa. Secondo Bauman il potere, nella modernità liquida, deve essere libero di circolare in modo fluido e (sempre il potere) reputa barriere, recinzioni, confini e posti di controllo come fastidi da superare o da aggirare, e le dense e solide reti di legami sociali, specialmente su base territoriale, come qualcosa che va eliminato. Per Bauman ciò che consente a tale potere di funzionare è soprattutto la fragilità dei legami sociali. Quest'affermazione, applicata ai social media, appare controversa, perché molti attivisti vedono in tweet e messaggi un grande potenziale di solidarietà sociale e di organizzazione politica<sup>24</sup>.

In questo contesto si inseriscono bene i nuovi mezzi di comunicazione che, nel pensiero di Bauman, non sono da considerarsi come unici responsabili della frammentazione sociale, ma semmai ne sono più una conseguenza.

Come si è visto, l'emotività trova uno spazio privilegiato sui social network, che sono piazze virtuali in cui esprimere la propria opinione senza mediazioni non costa nulla.

Gli ambienti virtuali proliferano di narrative differenti, interpretazioni e discussioni. Dai complotti delle banche ai rettiliani fino agli extraterrestri: queste sono solo alcune delle tante narrazioni che circolano anche grazie ai media digitali. Si tratta di temi che però non sono figli dei nuovi – ormai vecchi – media. Le teorie del complotto sono sempre esistite, ma oggi, grazie a una interconnessione globale, hanno solo trovato la possibilità di diffondersi esponenzialmente. Già Karl Popper ne *La società aperta e i suoi nemici* definiva la “teoria cospiratoria della società” quale uno dei mali sociali che causano la degenerazione del periodo storico in cui si vive:

Essa consiste nella convinzione che la spiegazione di un fenomeno sociale consista nella scoperta degli uomini o dei gruppi che sono interessati al verificarsi di tale fenomeno (talvolta si tratta di un interesse nascosto che dev'essere prima rivelato) e che hanno progettato e congiurato per promuoverlo. Questa concezione dei fini delle scienze sociali deriva, naturalmente, dall'erronea teoria che qualunque cosa avvenga nella società – specialmente avvenimenti come la guerra, la disoccupazione, la povertà, le carestie, che la gente di solito detesta – è il risultato di diretti interventi di alcuni individui e gruppi potenti. Questa teoria ha molti sostenitori ed è anche più antica dello storicismo (che, come risulta dalla sua forma teistica primitiva, è un derivato della teoria della cospirazione). Nelle sue forme moderne esso è, come lo storicismo moderno e come un certo atteggiamento moderno nei confronti delle “leggi naturali”, il tipico risultato della secolarizzazione di una superstizione religiosa. La credenza negli dèi omerici le cui cospirazioni spiegano la storia della guerra di Troia è morta. Gli dèi sono stati abbandonati. Ma il loro posto è occupato da uomini o gruppi po-

tenti – sinistri gruppi di pressione la cui perversità è responsabile di tutti i mali di cui soffriamo – come i famosi savi di Sion, o i monopolisti, o i capitalisti o gli imperialisti. Io non intendo affermare, con questo, che di cospirazioni non ne avvengano mai. Al contrario, esse sono tipici fenomeni sociali. Esse diventano importanti, per esempio, tutte le volte che pervengono al potere persone che credono nella teoria della cospirazione. E persone che credono sinceramente di sapere come si realizza il cielo in terra sono facili quant'altre mai ad adottare la teoria della cospirazione e a impegnarsi in una contro-cospirazione contro inesistenti cospiratori. Infatti la sola spiegazione del fallimento del loro tentativo di realizzare il cielo in terra è l'intenzione malvagia del Demonio che ha tutto l'interesse di mantenere vivo l'inferno. Cospirazioni avvengono, bisogna ammetterlo. Ma il fatto notevole che, nonostante la loro presenza, smentisce la teoria della cospirazione, è che poche di queste cospirazioni alla fin fine hanno successo. I cospiratori raramente riescono ad attuare la loro cospirazione. Perché si verifica questo? Perché le realizzazioni differiscono così profondamente dalle aspirazioni? Perché ciò è quanto normalmente avviene nella vita sociale, ci siano o non ci siano cospirazioni. La vita sociale non è solo una prova di forza fra gruppi in competizione, ma è anche azione entro una più o meno elastica o fragile struttura di istituzioni e tradizioni, azione che provoca – a parte qualsiasi contro-azione consapevole – molte reazioni imprevedute, e alcune di esse forse anche imprevedibili, in seno a questa struttura<sup>25</sup>.

Negli anni della Seconda guerra mondiale, Popper riassume in poche righe le ragioni del pensiero complottista. Le teorie del complotto individuano come causa degli avvenimenti della società, e soprattutto dei suoi mali, l'azione di determinati potentati. Da un punto di vista antropologico, le cospirazioni sembrano rispondere alla necessità di incanalare le ansie di fronte a eventi più o meno traumatici con cui siamo costretti a confrontarci e in più soddisfano il bisogno di sentirsi particolarmente arguti a differenza di una "massa" che non sa riconoscere le fitte trame costruite contro di noi.

A una società chiusa, figlia dell'epoca dei totalitarismi degli anni Trenta, Popper oppone l'ideale di una società aperta, democratica, che è però anche fragile e da tutelarsi.

Lo storicismo si basa sull'assunto dogmatico che esistano leggi della storia immutabili, ma nella storia non è possibile individuare delle leggi-verità.

L'autoritarismo politico, secondo Popper, si dovrebbe combattere con la costituzione di uno Stato essenziale che lasci libertà agli individui, tale che i grandi poteri economici non cadano, però, nelle mani di pochi. Il complottismo, diversamente dallo storicismo, concepisce la storia come un prodotto della società e delle istituzioni, in cui solo una piccola élite detiene il potere. Questa visione, quindi, non ha un fine, ma rappresenta un modo per emanciparsi dalle forze che controllano la società in una prospettiva teleologica<sup>26</sup>.

Le teorie del complotto si originano in questo contesto incerto e liquido, in cui l'umanità lascia sempre di più il posto all'individualismo e alle paure. È facile, dunque, cedere al fascino di narrazioni che addoliscano la complessità, tracciando nessi di causa-effetto tra gli avvenimenti. Ciò che fanno le narrazioni alternative a quella mainstream, infatti, è svelare le motivazioni dietro alle paure e desideri, offrendo spiegazioni accattivanti e tracciando un percorso più comprensibile nel vasto mondo globalizzato. È più rassicurante individuare un capro espiatorio, la causa di tutti i mali che ci affliggono a cui indirizzare il risentimento che proviamo. E nei social network questa ricerca è particolarmente facilitata dalla natura dello strumento stesso che tende a far incontrare fra loro utenti afflitti dagli stessi demoni e rincuorati dalle stesse risposte. Immaginiamo una grande stanza, popolata da persone accomunate dalle stesse ansie, da attitudini simili e da visioni del mondo analoghe. Che cosa può succedere? Le voci si amplificano e l'effetto eco prevale.

Come si esce da qui?

## Note

<sup>1</sup> <https://wearesocial.com/it/blog/2021/02/digital-2021-i-dati-italiani/>.

<sup>2</sup> Ducci G. (2017), *Relazionalità consapevole: la comunicazione pubblica nella società connessa*, FrancoAngeli, Milano.