

Le *fake news* e il ruolo degli algoritmi*

Gloria Marchetti

Abstract

L'articolo si concentra sul rapporto tra informazione e algoritmi. In particolare, viene esaminato il ruolo degli algoritmi nel creare e diffondere le notizie false, da un lato, e nel contrastarle, dall'altro.

The essay analyzes the relationship between information and algorithms. It focuses, more specifically, on the role of algorithms in creating and spreading fake news, on the one hand, and in countering them, on the other hand.

Sommario

1. Cenni introduttivi. — 2. Il ruolo degli algoritmi nel creare e diffondere le *fake news*. 3. Il ruolo degli algoritmi nel contrastare il fenomeno delle *fake news* — 4. Considerazioni conclusive.

Keywords

informazione - algoritmi - *fake news* - opinione pubblica - *fact checking*

1. Cenni introduttivi

Negli ultimi anni, il tema dell'informazione, o meglio, della disinformazione online, è stato, sempre più, messo in relazione alle problematiche connesse all'utilizzo e al funzionamento degli algoritmi. Sono principalmente due gli aspetti, relativi al rapporto tra la disinformazione online e gli algoritmi, attorno ai quali si è sviluppato un intenso dibattito, sia pubblico sia scientifico: il ruolo degli algoritmi nel creare e diffondere le notizie false, da un lato, e nel contrastarle, dall'altro.

* Il testo costituisce una rielaborazione di quanto presentato nel corso del Workshop "Diritti, partecipazione e rappresentanza nell'età degli algoritmi" (15 marzo 2019, Università degli Studi di Milano, Milano Digital Week 2019). Su determinazione della direzione, il contributo è stato sottoposto a referaggio anonimo in conformità all'art. 15 del regolamento della Rivista.

2. Il ruolo degli algoritmi nel creare e diffondere le *fake news*

Gli algoritmi utilizzati dagli *Internet Server Providers* (d'ora innanzi ISP) hanno un importante ruolo nel creare e diffondere le *fake news*, ovvero quelle notizie false diffuse intenzionalmente nella rete Internet che possono tranne in inganno i lettori, i consumatori, i cittadini e gli elettori¹.

Da un lato, è noto che gli ISP utilizzano algoritmi che sono in grado di selezionare le informazioni da proporre all'utente; selezione che non tiene conto tanto delle notizie più attendibili e veritiere ma mira a "ritagliare" le notizie sul profilo dell'utente. All'utente, pertanto, proprio nell'ambito di un ambiente mediatico che offre un'enorme quantità di informazioni, arrivano notizie "selezionate", in base al proprio profilo, spesso non veritiere ma che rispecchiano il proprio modo di pensare. Di conseguenza, l'utente tende a chiudersi dentro una sorta di "bolla" — *The Filter Bubble* per usare un termine coniato nel 2011 da Eli Pariser² — costruita sulla base delle idee e delle opinioni di determinati utenti³. Si creano così delle "bolle" che, oltre a limitare il confronto con diversi punti di vista⁴, tendono a filtrare la realtà dei fatti e creano un

¹ Sulla nozione di *fake news*, si veda T.E. Frosini, *No news is fake news*, in *Diritto pubblico comparato ed europeo*, 4, 2017, V. Al riguardo, A. Papa (*"Democrazia della comunicazione" e formazione dell'opinione pubblica*, nel numero speciale di *federalismi.it*, 1, 2017, 15 ss., ora in P. Bilancia (a cura di), *Crisi della rappresentanza politica nella democrazia contemporanea*, Torino, 2018, 301 ss.) evidenzia che «le *fake news* [...] si inseriscono in un fenomeno più complesso e articolato, che è quello della post-verità, o dei fatti alternativi [...], basato su notizie prive di fondamento, immesse "consapevolmente" in Rete in modo da essere velocemente e rapidamente condivise con la finalità di creare un dibattito, che si sviluppa partendo da un oggetto che formalmente si presenta come una notizia e viene quindi concepita dai più come attendibile, perché ritenuta — a torto — assoggettata [...] a precise regole di veridicità e pertinenza». Alcuni autori ritengono che le *fake news* consistono in qualsiasi articolo contenente notizie o informazioni che sono intenzionalmente false, difficilmente verificabili, in grado di ingannare i lettori, a prescindere dalle finalità perseguite da chi le crea o le diffonde. In tal senso, H. Allcott—M. Gentzkow, *Social Media and Fake News in the 2016 Election*, in *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 2017, 211 ss.; V. Visco Comandini, *Le fake news sui social network: un'analisi economica*, in *questa Rivista*, 2, 2018, 183 ss. Secondo la maggior parte degli studiosi, con la quale qui si concorda, per *fake news* si dovrebbero intendere, invece, le notizie false diffuse per determinate finalità e nella consapevolezza, da parte di chi le diffonde, della falsità dei contenuti stessi. In tal senso, si vedano, F. Pizzetti, *Fake news e allarme sociale: responsabilità, non censura*, in *questa Rivista*, 1, 2017, 49; L.K. Royster, *Fake News: Potential Solutions to the Online Epidemic*, in *N.C. L. Rev.*, 96, 2017, 270 ss. Compie una classificazione delle *fake news* G.E. Vigevani, in M. Bassini—G.E. Vigevani, *Primi appunti su fake news e dintorni*, in *questa Rivista* 1, 2017, 16. Si veda, al riguardo, anche C. Melzi d'Eril—G.E. Vigevani, *Difesa giuridica dal social-chiacchiericcio*, in *ilsole24ore.it*, 2 aprile 2017.

² E. Pariser, *The Filter Bubble. What The Internet Is Hiding From You*, Londra, 2011 (trad. it. *Il Filtro. Quello che Internet ci nasconde*, Milano, 2012).

³ Si vedano, al riguardo, F.J. Zuiderveen Borgesius—D. Trilling—J. Möller—B. Bodó—C.H. De Vreese—N. Helberg, *Should we worry about filter bubbles?*, in *Internet Policy Review*, 5(1), 2016.

⁴ In proposito, si veda, G. Pitruzzella (*Libertà di informazione nell'era di Internet*, in G. Pitruzzella—O. Pollicino—S. Quintarelli, *Parole e potere. Libertà d'espressione, hate speech e fake news*, Milano, 2017, spec. 69), il quale sottolinea come tale fenomeno porti alla frammentazione del discorso pubblico ed alla chiusura piuttosto che al confronto. Sul tema, inoltre, si veda P. Costa, *Motori di ricerca e social media: i nuovi filtri nell'ecosistema dell'informazione online e il potere oscuro degli algoritmi*, in G. Avanzini—G. Matucci (a cura di), *L'informazione e le sue regole. Libertà, pluralismo e trasparenza*, Napoli, 2016, spec. 254, il quale ritiene che «anziché connettere individui con punti di vista e ideologie differenti, i social media tendono a rafforzare i pregiudizi, a causa dell'effetto di riverbero ("*echo chamber effect*")», ossia la tendenza dell'informazione a rimbalzare all'interno di sistemi chiusi».

effetto eco, di amplificazione delle notizie false all'interno di sistemi chiusi. Quel che più rileva, ai fini in esame, è che gli utenti sono propensi a cercare le informazioni che vorrebbero ricevere, all'interno delle cd. *echo chambers*⁵, perché filtrate sulla base delle proprie idee e convinzioni, a prescindere dalla loro veridicità. È in questo particolare contesto che si è vieppiù sviluppato quel fenomeno definito come “*confirmation bias*”, secondo il quale gli utenti sono propensi a ritenere attendibili le notizie che confermano le proprie opinioni e i propri pregiudizi⁶. Inoltre, gli utenti tendono a credere alle notizie false non solo perché sono credibili, in quanto in linea con il loro modo di pensare, ma, talora, perché vogliono crederci: essi preferiscono credere a notizie false che però rispecchiano le proprie opinioni, rimanendo così intrappolati in una bolla e confrontandosi solo con un gruppo di persone che la pensano allo stesso modo. Le *fake news*, dunque, hanno successo perché sono sapientemente create, grazie agli algoritmi, da coloro che conoscono le tendenze, le opinioni e le convinzioni degli utenti. Per altro verso, poi, gli utenti, oltre a ricevere notizie selezionate sulla base delle proprie opinioni, sono inclini a cercare informazioni che rispecchiano il loro modo di pensare. Oltre a ciò, l'utente medio spesso non verifica la veridicità delle notizie ma è propenso, comunque, a condividerle con gli altri utenti perché tende a crederci — anche sulla base del numero di condivisioni, visualizzazioni e *like* — o vuole credere che siano vere, in quanto rispecchiano le sue convinzioni. Per di più, coloro che creano e diffondono le *fake news* si servono di frequente di nomi di fantasia, di *fake account*, ossia profili digitali anonimi o finti, spesso creati da robot, che sono, comunque, in molti casi, ritenuti veri dagli utenti⁷. Gli algoritmi, pertanto, hanno un forte impatto sulla disinformazione online e sul processo di formazione dell'opinione pubblica⁸, sempre meno influenzata, invece, dai media tradizionali⁹. Non va trascurato, al riguardo, che

⁵ Si cfr. G. Ziccardi, *Tecnologie per il potere. Come usare i social network in politica*, Milano, 2019, 78.

⁶ Sull'argomento, si veda R.S. Nickerson, *Confirmation Bias: a ubiquitous phenomenon in many guises*, in *Review of General Psychology*, 2, 1998, 175 ss.

⁷ In proposito, F. Donati (*Fake news e libertà di informazione*, in *questa Rivista*, 2, 2018, 440) evidenzia che «La più recente tecnologia permette [...] l'utilizzo di robot che creano artificialmente falsi profili e falsi contenuti, che gli utenti generalmente scambiano per veri. L'anonimato garantito alle comunicazioni in rete, inoltre, rende generalmente difficile, se non impossibile, identificare l'autore delle *fake news*». Sull'argomento, M. Orofino (*La libertà di espressione tra Costituzione e Carte europee dei diritti. Il dinamismo dei diritti in una società in continua trasformazione*, Torino, 2014, 187) osserva che «l'individuazione di chi si cela dietro un *account* anonimo è nella maggior parte dei casi possibile, ma non per questo né semplice né a costo zero sia in termini di risorse finanziarie sia di personale».

⁸ Al riguardo, F. Donati, *Fake news e libertà di informazione*, in *I diritti dell'uomo*, 1, 2017, 51, il quale osserva che l'accesso dibattito «sugli effetti distorsivi che la diffusione di *fake news* può avere sulla formazione dell'opinione pubblica e quindi [...] sulle scelte dei cittadini e sul funzionamento della democrazia [...] ha potenziato le richieste e le proposte finalizzate ad introdurre forme di controllo volte a prevenire o comunque a sanzionare la diffusione in rete delle notizie false». Sulle dinamiche della formazione dell'opinione pubblica in un sistema democratico, si vedano, più recentemente, le riflessioni di A. Papa, *op. cit.*, 301 ss., la quale sottolinea, in particolare, come «assume rilevanza non solo la “presenza di una opinione pubblica formatasi in modo libero e plurale, ma anche la “qualità” della stessa, diventando quindi necessario che essa si formi a valle dell’“acquisizione di un sapere e di una competenza sull’oggetto della decisione da adottare” e che questi ultimi (sapere e competenza) siano formati su contenuti plurali, attendibili e, nella misura massima possibile, imparziali».

⁹ In tal senso, M. Cuniberti, *Il contrasto alla disinformazione in rete tra logiche del mercato e (vecchie e nuove) velleità di controllo*, in *questa Rivista*, 1, 2017, 28, osserva che, sebbene il fenomeno della disinformazione fosse già presente da tempo, le vicende relative al voto sulla Brexit e le elezioni americane «hanno [...]

moltissimi cittadini, soprattutto i più giovani, non hanno più fiducia nell'informazione fornita dai tradizionali mezzi di comunicazione e, di conseguenza, non la prendono neppure più in considerazione.

Dall'altro lato, poi, gli algoritmi utilizzati dalle piattaforme cercano di “mantenere” gli utenti più a lungo possibile sulle stesse e ciò porta ad amplificare le notizie più sensazionali, in grado di suscitare emozioni negli utenti e reazioni “di pancia”, facendo leva, grazie alla “profilazione”, sulle loro opinioni e sui loro pregiudizi. Il risultato è un'eccessiva penalizzazione di un'informazione corretta, completa e veritiera.

Non essendo possibile in questa sede soffermarsi ulteriormente sui fenomeni finora richiamati, si rileva, per quanto qui più interessa, che essi portano a due gravi conseguenze sulla garanzia dei diritti. La prima conseguenza è che la “profilazione”, ad opera degli algoritmi, implica un forte impatto sull'opinione degli utenti, limitando, spesso anche inconsapevolmente, la loro possibilità di confronto con una pluralità di posizioni e informazioni e rafforzando, invece, le loro opinioni di partenza. Questo porta a un detrimento del principio del pluralismo dell'informazione¹⁰. La seconda conseguenza è che, proprio attraverso gli algoritmi, è sempre più facile non solo orientare ma anche “manipolare” le diverse opinioni degli utenti. Ciò pregiudica un altro principio fondamentale della democrazia: quello della libertà di informazione come fondamento per la formazione di un'opinione pubblica che porti ad un esercizio consapevole dei diritti politici e civili¹¹.

3. Il ruolo degli algoritmi nel contrastare il fenomeno delle *fake news*

Allo stesso tempo, però, gli algoritmi possono costituire strumenti di *fact checking* per identificare automaticamente le notizie false¹². Tant'è vero che Google e Facebook

reso evidente, forse per la prima volta in modo così netto, che i grandi media tradizionali non hanno più il controllo della “opinione pubblica”». Si veda, al riguardo, E. Morozov, *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom* (2011), trad. it. *L'ingenuità della rete. Il lato oscuro della libertà di internet*, Torino, 2011. Sulla diversa modalità di diffusione delle informazioni sui *social* rispetto ai media tradizionali, si vedano: K. Lerman—X. Yan—X.Z. Wu, *The “Majority Illusion” in Social Networks*, in *PLoS ONE*, 11(2), 2015.

¹⁰ Sui problemi del pluralismo informativo in Internet, si vedano: F. Donati, *Il principio del pluralismo delle fonti informative al tempo di internet*, in *Diritto e Società*, 2013, 663 ss.; Id., *Democrazia, pluralismo delle fonti di informazione e rivoluzione digitale*, in *federalismi.it*, 20 novembre 2013; O. Pollicino, *Tutela del pluralismo nell'era digitale: ruolo e responsabilità degli Internet Service Provider*, in *ConsultaOnline*, 10 febbraio 2014; V. Pampanin, *Tutela del pluralismo informativo e regolazione economica nel mercato convergente della comunicazione*, in G. Avanzini—G. Matucci (a cura di), *L'informazione e le sue regole. Libertà, pluralismo e trasparenza*, cit., 163 ss.; R. Borrello, *Alcune riflessioni preliminari (e provvisorie) sui rapporti tra i motori di ricerca ed il pluralismo informativo*, in *questa Rivista*, 1, 2017, 69 ss. Sull'argomento, più in generale, si veda M. Manetti, *Pluralismo dell'informazione e libertà di scelta*, in *Rivista AIC*, 1, 2012.

¹¹ Sul rapporto tra informazione, formazione dell'opinione pubblica e democrazia, si vedano: J.M. Balkin, *Free Speech in the Algorithmic Society: Big Data, Private Governance, and New School Speech Regulation*, in *U.C. Davis Law Rev.*, 51 (3), 2018, 1149 ss.; G. Boccia Artieri—A. Marinelli, *Introduzione: piattaforme, algoritmi, formati. Come sta evolvendo l'informazione online*, in *Problemi dell'informazione*, 3, 2018, 349 ss.; A. Gurumurthy—D. Bharthur, *Democracy and the Algorithmic turn*, in *27 SUR-International Journal on Human Rights*, 2018, 39 ss.; M. Mezza, *Algoritmi di libertà. La potenza del calcolo tra dominio e conflitto*, Roma, 2018.

¹² Propone questa soluzione A.O. Larsen, *Constitutional Law in an Age of Alternative Facts*, *Faculty*

hanno iniziato a darsi un'autoregolamentazione che prevede, tra l'altro, il ricorso ad algoritmi che scoraggiano la diffusione di informazioni false.

Al riguardo, mentre, in generale, appare opportuna l'introduzione di strumenti di *fact checking*, volti a individuare soprattutto quelle notizie false che minacciano la libertà e i diritti dei cittadini, non vanno trascurate le implicazioni legate, più specificatamente, all'utilizzo di algoritmi per perseguire tale finalità. Il contrasto al fenomeno delle *fake news*, basato su strumenti di *fact checking* che ricorrono ad algoritmi, suscita, infatti, perplessità e pone problemi di non facile soluzione.

In primo luogo, ci si chiede se sia opportuno ed efficace affidare a un algoritmo il compito di valutare le notizie e di verificarne la veridicità. Gli algoritmi, infatti, si basano su sistemi indiretti per la valutazione del contenuto della notizia, attraverso l'analisi delle caratteristiche derivanti dal canale *social* attraverso cui il contenuto è stato creato e diffuso (profilo dell'autore e degli utenti che hanno contribuito alla sua diffusione mediante *like*, condivisioni e commenti) e del testo (delle caratteristiche linguistiche, sia a livello lessicale, sia a livello sintattico-semantic). Gli algoritmi, tuttavia, operano sulla base di dati che, pur provenendo dal mondo reale, possono essere viziati, parziali ed hanno i loro *bias*. Nel migliore dei casi, dunque, un algoritmo sarebbe solo in grado di identificare determinati "contenuti" che sono il frutto di notizie false secondo modelli informatici che possono basarsi sugli stessi pregiudizi determinati da altri algoritmi. Ed invero, gli strumenti di *fact checking* che ricorrono ad algoritmi non sono ancora del tutto affidabili e possono far incappare gli utenti nella stessa notizia falsa. In ogni caso, quindi, andrebbero migliorati i meccanismi di funzionamento degli algoritmi, introducendo eventuali correzioni nel sistema di ordinamento delle notizie e riducendo la possibilità di replicare i pregiudizi che si erano precedentemente prodotti. Se gli algoritmi replicano e amplificano i pregiudizi degli utenti, questi ultimi potrebbero insistere a leggere le *fake news* nonostante i *warning*, confermando le loro posizioni e convinzioni, o continuare a credere alle notizie false lette prima del *fact checking*.

Per queste ragioni gli esperti hanno cercato, recentemente, di mettere a punto algoritmi che sembrano essere maggiormente in grado di verificare la correttezza di un'informazione. Ciò anche nella consapevolezza che, a fronte della quantità di informazioni create e diffuse attraverso la rete, sarebbe irrealistico pensare di individuare le *fake news* attraverso un mero controllo umano. Per effettuare dei controlli massicci appare, infatti, inevitabile ricorrere all'utilizzo di algoritmi. Significativa, al riguardo, è una notizia dell'estate del 2018 relativa ad una ricerca condotta da alcuni ricercatori dell'Università del Michigan che hanno sviluppato un sistema basato su un algoritmo che attraverso l'analisi linguistica dei testi si è dimostrato in grado di rilevare le notizie false in modo migliore rispetto a quanto possa fare l'uomo. Secondo questo studio, l'algoritmo è riuscito a trovare notizie false fino al 76% delle volte, rispetto a un tasso di successo umano del 70%¹³.

Publications 1884, 2018. Si veda, al riguardo, Á. Figueira—N. Guimarães—L. Torgo, *Current state of the art to detect fake news in Social Media: Global trendings and next challenges*, in *WEBIST*, 2018, 332 ss.

¹³ Il documento si intitola "Rilevamento automatico di notizie false". La ricerca è stata supportata dal Michigan Institute for Data Science della U-M e dalla National Science Foundation (numero di concessione 1344257).

In secondo luogo, gli strumenti di *fact checking* che utilizzano gli algoritmi pongono problemi legati a una possibile censura generalizzata delle notizie online. L'utilizzo degli algoritmi è utile a bloccare la diffusione di notizie false che comportano un danno alla collettività o un pregiudizio ai diritti dei cittadini ma, al contempo, operando in maniera indiscriminata e massiva, potrebbe comportare una censura di una parte di informazione che dovrebbe ancora essere a disposizione degli utenti¹⁴.

In terzo luogo, bisogna tenere conto dell'effettiva volontà degli ISP di adottare tali sistemi: essi, infatti, agirebbero non certo per tutelare la veridicità dell'informazione ma piuttosto nella consapevolezza degli effetti dannosi che le *fake news* potrebbero avere sul proprio business; effetti che, però, non sono facilmente dimostrabili. Né, d'altro canto, ci si può aspettare che le piattaforme vadano contro i propri interessi.

Infine, vi sono problemi legati all'opportunità di adottare sistemi di *fact checking* che ricorrono ad algoritmi dei quali gli utenti non conoscono le modalità di funzionamento. In effetti, si ha una scarsa conoscenza di come operano gli algoritmi, al fine di personalizzare le notizie, sulla base di una profilazione degli utenti, e di quale impatto effettivo tali notizie possano avere nel rafforzare le loro opinioni e i loro pregiudizi, da un lato, e nel credere alle *fake news*, dall'altro. Ciò pone problemi di trasparenza e di neutralità nella rete — secondo cui gli ISP non possono favorire certi contenuti rispetto ad altri¹⁵ — che potrebbe pregiudicare l'esercizio della libertà di espressione in Internet. Appare significativo, al riguardo, che le società di *fact checking* che lavorano per Facebook hanno spesso evidenziato come la mancanza di trasparenza, da parte dell'azienda, renda difficile valutare l'effettivo impatto dei loro controlli sulle *fake news*. In questo contesto, diventa quindi importante il tema di una maggior trasparenza dei meccanismi di funzionamento degli algoritmi che selezionano le notizie¹⁶. Tema

¹⁴ Si cfr. F. Giglietto e altri, *Fake news and the election: A new taxonomy for the study of misleading information within the Hybrid Media System*, Università di Urbino, Working Paper No. 15-17, 2016; B. Nyhan, *Why the Fact-Checking At Facebook Needs to be Checked*, in *New York Times* (23 ottobre 2017).

¹⁵ La cd. “*net neutrality*” (neutralità della rete). Nel 2016 l'Unione Europea ha pubblicato delle linee guida per il rispetto e la tutela della *Net Neutrality*. Gli Stati Uniti hanno, invece, eliminato la *net neutrality*, che era prevista in una legge del 2015, quando la maggioranza democratica guidata da Obama aveva equiparato gli *Internet provider* a fornitori di servizio pubblico, obbligandoli così a non esercitare alcun tipo di discriminazione sui contenuti veicolati attraverso le proprie reti. Nel dicembre 2017 la Federal Communication Commission, con 3 voti contro 2, ha deciso di abrogare le norme a tutela della *net neutrality*.

¹⁶ Al riguardo, F. Di Porto (*Fake news, una possibile soluzione: algoritmi più trasparenti*, in *Agenda digitale*, 26 gennaio 2018) ribadisce l'utilità di una regolamentazione finalizzata a «intraprendere percorsi di “*disclosure*” *co-regulation* [...] su questi algoritmi. Ovverosia: in collaborazione con gli altri *stakeholder* (operatori ed utenti), si potrebbe ipotizzare di condurre sessioni sperimentali (*behavioural*) per testare gli algoritmi con regolarità al fine di individuare quelli che riducano i rischi di *bias*. Un simile procedimento, trasparente e partecipato, aumenterebbe la *disclosure* e l'*accountability* nell'uso di tali algoritmi, caratteristiche oggi carenti e reclamate a gran voce dalle istituzioni comunitarie». Secondo l'Autrice «Una maggiore *disclosure* sull'uso degli algoritmi che definiscono l'ordine di apparizione delle notizie sui social potrebbe [...] consentire di ridurre la “propagazione” delle *fake news* in quanto: (i) limiterebbe l'impatto dei *bias* cognitivi (specie il *confirmation bias*) grazie alla sperimentazione; (ii) non comporterebbe alcuna censura di chi crea la *fake news* (fatte salve le responsabilità penali e civili, ove esistenti); (iii) interverrebbe sul momento della diffusione della notizia falsa (quando attuata mediante *botnet*, *account* falsi o intelligenza artificiale)». Sul tema si veda J.A. Kroll—J. Huey—S. Barocas—E.W. Felten—J. R. Reidenberg—D.G. Robinson—H. Yu, *Accountable Algorithms*, in *University of Pennsylvania Law Review*, 165, 2016, 1 ss.

che, peraltro, è entrato anche nell'agenda dell'Unione europea¹⁷. Nelle linee guida che appaiono nella Comunicazione della Commissione dell'aprile 2018, intitolata “Contrastare la disinformazione online: un approccio europeo”, è previsto che le piattaforme consentano alla comunità di ricerca di analizzare il funzionamento degli algoritmi. Tuttavia, le piattaforme che hanno firmato il Codice di autoregolamentazione per le piattaforme digitali (tra le quali Facebook, Google e Mozilla)¹⁸, adottato dalla Commissione europea nel settembre 2018, non si sono impegnate a consentire alla comunità di ricerca di studiare il funzionamento degli algoritmi¹⁹, discostandosi, pertanto, dalle linee guida della Commissione²⁰.

4. Considerazioni conclusive

Si sono finora evidenziate le problematiche relative alla rilevazione delle notizie false da parte di algoritmi. Oltre a ciò, non è sufficiente la creazione di potenti algoritmi capaci di verificare i dati, al fine di scoprire la veridicità dei fatti, per far fronte al fenomeno delle *fake news*. Fenomeno che, invece, va affrontato anche attraverso un approccio socio-culturale, oltre che tecnologico. Vi sono diversi fattori, infatti, che portano a ritenere che gli strumenti di *fact checking*, anche qualora fossero perfezionati gli algoritmi a ciò preposti, non portino a grandi successi nel contrasto alle *fake news*. In realtà, il fenomeno delle *fake news* trova terreno fertile in un contesto sociale caratterizzato da una serie di elementi: una sempre più scarsa fiducia delle persone nei confronti delle istituzioni, della politica e dei mass media tradizionali; un elevato livello di analfabetismo funzionale (ossia l'incapacità di comprendere il significato di ciò che si legge) e di ritorno (fenomeno attraverso il quale un individuo alfabetizzato, senza l'esercitazione delle competenze alfanumeriche, regredisce perdendo la capacità di utilizzare il linguaggio scritto per formulare e comprendere messaggi); i pregiudizi di conferma nell'ambito di una quantità elevatissima di informazioni, spesso di scarsa qualità; la tendenza degli utenti a credere alle notizie false perché in linea con le loro

¹⁷ A seguito di un incarico, da parte della Direzione generale delle Reti di comunicazione, dei contenuti e delle tecnologie della Commissione Ue, un Gruppo indipendente di esperti (*High Level Expert Group on Fake News and Disinformation*) ha pubblicato, nel marzo del 2018, il suo Rapporto finale, intitolato “Un approccio multi-dimensionale alla disinformazione”, in cui, oltre ad evidenziare le criticità dell'informazione, vengono individuate precise linee guida per gli operatori e prevede “dieci principi” chiave che le piattaforme dovrebbero rispettare. Le linee guida, successivamente recepite nella Comunicazione della Commissione del 26 aprile 2018, intitolata “Contrastare la disinformazione online: un approccio europeo”, nella quale vengono proposte misure eterogenee, finalizzate a contrastare la disinformazione online e, più nello specifico, a circoscrivere tale fenomeno in ragione dell'impatto nelle decisioni politiche e sull'opinione pubblica.

¹⁸ E da alcune associazioni di piattaforme (EDIMA-Associazione delle piattaforme) e pubblicitari.

¹⁹ In proposito, durante la Conferenza sul “*Fact-Checking*” nell'Unione europea, tenutasi il 27 settembre 2018 al Parlamento europeo, si è ricordato che una delle aree di intervento sulle quali agire è quella di “costringere” piattaforme e social media a fare chiarezza sul funzionamento degli algoritmi.

²⁰ In effetti, il Codice non ha rispettato le linee guida stilate dall'*High Level Expert Group* nel suo Rapporto finale, successivamente recepite nella Comunicazione della Commissione dello scorso aprile, soprattutto in merito alla previsione di una maggiore trasparenza, sia in termini di risorse che di sponsorizzazioni, e alla problematica degli algoritmi.

opinioni e con i loro pregiudizi. In questo contesto, è ravvisabile un elemento soggettivo del fenomeno della diffusione delle *fake news* che dipende dalla propensione degli utenti a chiudersi in una bolla informativa e a diffondere le informazioni a prescindere dai contenuti e dalla veridicità dei fatti²¹.

Per altro verso, poi, bisogna tener conto che i sistemi informatici che permettono la creazione e la diffusione delle *fake news* sono molto complessi e i meccanismi del loro funzionamento rimangono in gran parte oscuri sia agli utenti sia a coloro che dovrebbero adottare soluzioni di contrasto.

Alla luce di queste considerazioni, pertanto, sembra difficile che le soluzioni algoritmiche possano essere efficaci sul piano del contrasto alle *fake news*.

²¹ Come emerge da [una recente indagine dell'AGCOM](#) «gli utenti tendono a selezionare le informazioni che sono coerenti con il loro sistema di credenze, formando gruppi polarizzati di persone con idee simili su narrazioni condivise, in cui le informazioni discordanti vengono ignorate, rendendo spesso inutili i tentativi di *debunking*».