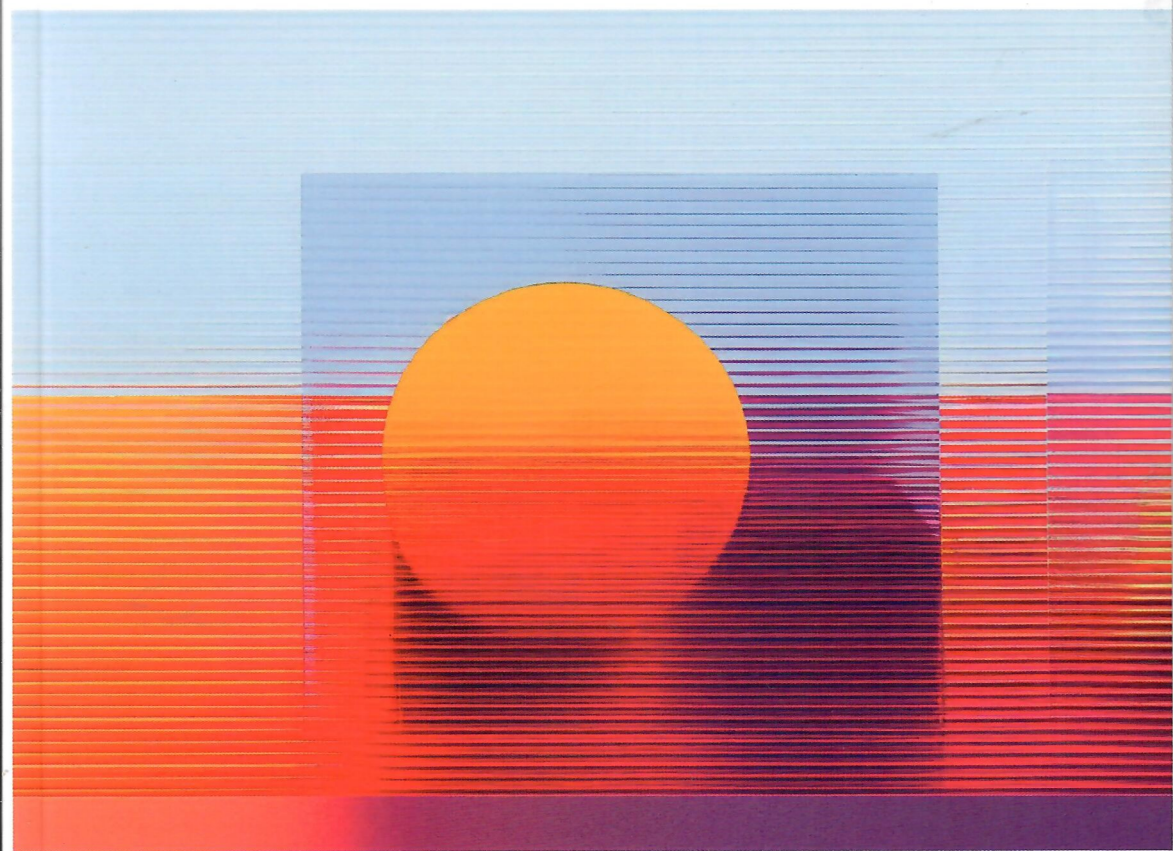


Luca Serafini, Giovanni Zagni

Fact-checking

**Epistemologie e pratiche informative:
un'analisi sociologica**



Scienze
della  comunicazione

Collana diretta da Marino Livolsi
e Mario Morcellini

FrancoAngeli

Luca Serbelli, Giovanni Zanni
Fact-checking
Epistemologie e pratiche informative:
un'analisi sociologica

In copertina: elaborazione grafica di Pop-Eye Studio, Milano,
per gentile concessione degli autori

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Ristampa

Anno

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 2031 2032 2033 2034

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sui diritti d'autore.

Sono vietate e sanzionate (se non espressamente autorizzate) la riproduzione in ogni modo e forma (comprese le fotocopie, la scansione, la memorizzazione elettronica) e la comunicazione (ivi inclusi a titolo esemplificativo ma non esaustivo: la distribuzione, l'adattamento, la traduzione e la rielaborazione, anche a mezzo di canali digitali interattivi e con qualsiasi modalità attualmente nota od in futuro sviluppata).

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le fotocopie effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale, possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da CLEARedi, Centro Licenze e Autorizzazioni per le Riproduzioni Editoriali (www.clearedi.org; e-mail autorizzazioni@clearedi.org).

Stampa: Geca Industrie Grafiche, Via Monferrato 54, 20098 San Giuliano Milanese.

Luca Serafini, Giovanni Zagni

FACT-CHECKING

Nel dibattito attuale sulla disinformazione, il fact-checking è spesso citato come una delle soluzioni in grado di arginare la diffusione delle notizie false sulle piattaforme digitali, nonché la presunta crisi epistemica a cui rimandano concetti come quelli di “post-verità” e “infodemia”. Ma quali sono le origini e i fondamenti teorici del fact-checking, quali le sue pratiche concrete e i fattori sociali che lo influenzano? E come si deve considerare il richiamo che esso più o meno esplicitamente fa alla “verità”?

Due sono gli strumenti di indagine scelti in questo libro. Da un lato, un'ampia analisi degli studi che si sono occupati del fact-checking nel campo della sociologia della comunicazione e della conoscenza. A essa si affianca una ricerca svolta sulle sezioni metodologiche, sulle dichiarazioni dei protagonisti e su molti esempi concreti tratti dai progetti più rilevanti del settore a livello internazionale. Il punto di arrivo è una critica all'approccio più diffuso – e spesso adottato dagli stessi fact-checker – a questa pratica informativa, fondato su un paradigma epistemologico di stampo positivista e oggettivista per il quale esisterebbe una “verità oggettiva” che i fact-checker, mutuando nella loro professione gli strumenti del metodo scientifico, dovrebbero limitarsi a far emergere.

La strada da preferire è invece quella di un paradigma *comprendente, interpretativo* e, in ultima analisi, *sociale*. Mettendo in luce i fattori culturali, sociali e infrastrutturali che condizionano la pratica del fact-checking, tale approccio appare meglio in grado di far luce non solo sul modo in cui i fact-checker concretamente operano, ma anche sugli obiettivi cognitivi che possono perseguire al fine di promuovere un dibattito pubblico quanto più possibile informato.

Luca Serafini è assegnista di ricerca in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università di Napoli Federico II e docente presso l'Università di Roma LUMSA. È autore di monografie e saggi pubblicati su riviste scientifiche italiane e internazionali. Tra le sue recenti pubblicazioni: *Il giornalismo digitale. Una prospettiva sociologica* (Carocci, 2024).

Giovanni Zagni (PhD), giornalista professionista, è direttore dei progetti di fact-checking *Pagella Politica* e *Facta.news*. Fa parte del comitato esecutivo dell'European Digital Media Observatory (EDMO) e del gruppo di esperti sull'integrità dell'informazione online (MSHNF) del Consiglio d'Europa. Insieme a Carlo Canepa è coautore di *Bugie al potere. Il fact-checking del governo Meloni* (Mimesis, 2023).

Indice

Introduzione.

Un approccio sociologico al fact-checking	pag.	7
--	------	---

1. Il fact-checking: origini di un'espressione dai molti significati

1.1. Storia del fact-checking	»	17
1.1.1. Il fact-checking "interno" e i settimanali di informazione statunitensi	»	17
1.1.2. Il fact-checking "esterno"	»	19
1.1.3. Genesi del fact-checking politico	»	22
1.1.4. Il debunking	»	22
1.2. Il fact-checking oggi	»	25
1.3. Le tipologie del fact-checking	»	29

2. Il fact-checking nell'epoca della post-verità

2.1. La post-verità come categoria epistemica e la "fine dei fatti"	»	38
2.2. La crisi di fiducia nei saperi esperti	»	38
2.2.1. Il crollo dell'autorità epistemica nel giornalismo	»	43
2.2.2. Giornalismo "post-vero"	»	44
2.2.3. L'epidemia di fake news	»	48
2.2.4. Dal postmodernismo alla post-verità	»	50
2.3. La reazione alla post-verità e il ritorno delle "agenzie di verità"	»	51
2.3.1. Nuovo realismo e web documediale	»	55
2.3.2. Il fact-checking e l'epistemologia moderna dell'oggettività	»	56
	»	59

2.3.3. Il ritorno agli ideali del giornalismo moderno	pag.	61
2.3.4. L'epistemologia del "dato oggettivo"	»	63
2.4. La post-verità come categoria sociale	»	64
2.4.1. I Science and Technology Studies e l'approccio socio-pragmatico alla verità	»	65
2.4.2. Le bolle ideologiche in rete	»	67
2.4.3. Oltre la dicotomia verità/falsità	»	68
2.4.4. La post-verità "sociale" e il fact-checking	»	69
3. L'epistemologia del fact-checking: tra positivismo e oggettivismo	»	71
3.1. Progetti di fact-checking: un'analisi delle sezioni metodologiche	»	73
3.2. Le autorappresentazioni dei fact-checker	»	107
3.3. Automatizzare il fact-checking	»	115
4. L'oggettività impossibile	»	123
4.1. Il problema della selezione	»	124
4.2. La verifica e le sue scelte	»	134
4.3. L'utilizzo delle fonti	»	137
4.4. I bias delle infrastrutture	»	140
4.4.1. Le conseguenze dei bias delle infrastrutture sul fact-checking	»	144
4.5. La "non oggettività" dei dati e dell'intelligenza artificiale	»	148
4.6. Infodemia, fake news: i termini (problematici) del dibattito	»	150
4.7. Gli effetti del fact-checking sul pubblico	»	154
5. Per una nuova epistemologia del fact-checking	»	158
5.1. La sociologia comprendente	»	160
5.2. L'Actor-Network Theory	»	169
5.3. Emozioni ed engagement	»	184
5.4. I nuovi obiettivi cognitivi del fact-checking	»	186
Epilogo. Le sfide dell'intelligenza artificiale	»	191
Bibliografia	»	197