

GAMING

«Bad News», come combattere le fake news con un gioco

MASSIMO CITARELLA

■ ■ L'organizzazione olandese Drog - in collaborazione con alcuni ricercatori dell'Università di Cambridge - ha realizzato un gioco online chiamato «Bad News». Drog ha sede a L'Aja ed è formata da un gruppo multidisciplinare di accademici, giornalisti ed esperti di media provenienti da tutta Europa. La società, attraverso convegni, workshop e programmi educativi mira a creare strumenti innovativi, indirizzati sia ad adulti che a bambini per fronteggiare la diffusione di informazioni false.

IN PARTICOLARE, l'obiettivo del gioco è quello di creare e diffondere *fake news* al fine di testare i modi attraverso i quali reagire ai tentativi di disinformazione. Il videogioco inizialmente è stato proposto a 15mila persone: il loro compito era quello di guadagnare punti amplificando paura, rabbia e ansia attraverso la pubblicazione di post e notizie sui social, arrivando perfino a ritoccare le foto. Prima e dopo la pubblicazione di ogni post, «Bad News» sottopone al giocatore dei tweet di importanti quotidiani statunitensi e di testate sconosciute per allenarlo a riconoscere le notizie false e quelle vere. Un termometro indica il numero dei followers e il livello di credibilità del finto account, creato per la circostanza e, a mano a mano che vengono pubblicati i post e i tweet, i seguaci aumentano. Il gioco verte proprio sul far leva sulle paure e su tutte le sfumature negative della sfera emotiva. Dal punto di vista cognitivo ricalca la teoria inglese del «fear arousing appeal», ampiamente usata nella comunicazione pubblicitaria dei paesi anglofoni. In concreto, si tratta di fare ricorso ad un particolare tipo di appello in grado di suscitare paura, timore o apprensione. Questo tipo di messaggio si basa sull'enfasi posta sulle conseguenze sgradevoli che possono derivare dalla notizia e può avere un impatto elevato proprio perché attraverso il collegamento emotivo crea un vero e proprio stato di tensione che può arrivare ad attivare anche una forma di rimozione a scopo difensivo.

GIÀ NELLA FASE di lancio del gioco, nei primi 15 minuti, per sfruttare la polarizzazione delle posizioni, i giocatori hanno pubblicato post con temi riguardanti le cospirazioni, il modo di screditare le fonti, come impersonare dei personaggi pubblici, fare del trolling e diffondere contenuti emotivamente provocatori. Secondo alcuni psicologi il gioco si basa sulla teoria dell'inoculazione, in base alla quale un comportamento o una predisposizione, come quella di riconoscere la verità, può diventare una protezione da una minaccia futura, in questo caso rappresentata dalle *fake news*, nello stesso modo in cui il corpo umano risponde ai vaccini. Per valutare gli effetti di questa logica, ai 15mila partecipanti è stato chiesto di valutare l'attendibilità di alcuni titoli e notizie sia prima che dopo il gioco. La ricerca ha dimostrato che la credibilità percepita delle *fake news* si è ridotta del 21% dopo il completamento del gioco; il che indica come capire le dinamiche usate dai produttori seriali di disinformazione funziona. Mentre risultano del tutto infondati i tentativi di scovare e disinnescare singole *fake news*.