

PAOLA PIETRANDREA

# L'insegnamento delle scienze del linguaggio al servizio della democratizzazione del dibattito online

La rivoluzione digitale ha cambiato l'assetto strutturale, sociale, psicologico, semiotico e linguistico del dibattito pubblico, creando un terreno particolarmente propizio alla manipolazione discorsiva. Questo articolo descrive le motivazioni, il contesto, il programma, i contenuti, le modalità di valutazione, i risultati di un corso di analisi del discorso digitale che si propone di dare agli studenti universitari strumenti per proteggersi dalla manipolazione discorsiva dilagante nel dibattito online.

*Parole chiave:* web 2.0, rivoluzione digitale, dibattito pubblico, analisi del discorso, manipolazione.

## 1. *Introduzione*

In questo articolo descrivo un corso di analisi del discorso digitale che ho proposto agli studenti di scienze del linguaggio dell'Università di Tours dal 2016 al 2018 e di Lille dal 2018 al 2019. Nella prima parte dell'articolo, descrivo le motivazioni che mi hanno portata a elaborare questo corso, sottolineando quanto sia urgente che il linguista metta il proprio sapere al servizio della democratizzazione del dibattito online, che si sta facendo sempre più intenso, sempre più confuso, sempre più manipolato. Nella seconda parte dell'articolo presento il contesto, il programma, i contenuti, le modalità di valutazione, i risultati di questo corso.

## 2. *Perché insegnare l'analisi del discorso digitale*

Indagini internazionali recenti ci dicono che l'87% degli europei, il 92% degli italiani è su Internet; che su Internet gli italiani passano

in media 6 ore e 4 minuti ogni giorno, e di queste 1 ora e 51 sui social media (Newman et al 2019). Dalle stesse indagini sappiamo anche che il 72% degli italiani si informa online (Newman et al 2019). Sappiamo anche dai rapporti PIAAC che il 35 % della popolazione adulta in Europa, il 70% in Italia, non ha le competenze considerate necessarie per interagire in modo efficace nella società del XXI secolo; è in altre parole, almeno in parte, analfabeta funzionale. Questo vuol dire che il 70% degli italiani adulti, la gran parte dei quali si informa e dibatte nella cornice estremamente complessa del dibattito online, non sa orientarsi “in testi fitti o lunghi che includano pagine multiple di testo continuo, discontinuo o misto”; non capisce “testi complessi o strutture retoriche”; non sa navigare in testi digitali complessi: identificare, interpretare o valutare “una o più parti di informazioni, fare inferenze”, “costruire significati basandosi su ampie porzioni di testo o eseguire operazioni in più fasi per identificare e formulare risposte”; soprattutto, il 70% degli italiani non sa ignorare contenuti non pertinenti (Di Francesco 2013).

Esiste quindi in Italia, come del resto altrove in Europa, una fetta molto larga della popolazione che usufruisce dell’informazione e degli spazi di dibattito offerti online senza avere la preparazione linguistica necessaria ad orientarsi e gestire la complessità del dibattito tradizionale e men che mai la complessità comunicativa, semiotica e sociale inedita dell’universo digitale.

### *3. La natura socio-semiotica inedita del dibattito digitale*

La natura socio-semiotica del dibattito online è perfettamente inedita: per renderci conto della novità introdotta dalle piattaforme digitali e in particolare dei *social network* che usiamo per informarci, comunicare e spesso dibattere, fermiamoci ad esaminare rapidamente alcune loro caratteristiche.

- i. Gli scambi avvengono in un ambiente intrinsecamente multimodale, nel quale si affiancano e si integrano testi, ipertesti, immagini, audio e video. In questo ambiente dobbiamo essere pronti a sorvegliare, gestire (talvolta ad ignorare) più codici simultaneamente tenendo sempre presente l’interazione che in ogni situazione di comunicazione i vari codici hanno fra loro.

- ii. Gli scambi hanno una natura ibrida tra scritto e parlato: gli emittenti percepiscono la loro produzione linguistica come una forma di interazione spontanea conversazionale, mentre i destinatari la ricevono come una forma di produzione scritta; le produzioni non sono né pianificate, né evanescenti.
- iii. Gli scambi rimettono in discussione la distinzione tra processi semiotici sincroni e processi semiotici asincroni. Se i partecipanti ad una discussione sui social percepiscono lo scambio come sincrono, l'utente che leggerà lo scambio una volta che questo si è concluso, percepirà quello scambio come asincrono. Tuttavia l'utente che si troverà a leggere lo scambio una volta che questo sia finito potrà sempre riavviarlo, perché
- iv. il numero di partecipanti a uno scambio sui social non è conosciuto in partenza e può variare nel corso del tempo per tutta la durata di vita di un dato *thread*.  
Va aggiunto poi che, da un punto di vista più strettamente discorsivo:
- v. I cambi di topic, estremamente frequenti nella conversazione digitale, non sono regolati, né segnalati testualmente, rendendo estremamente complesso l'orientamento nel testo.

Nessuno di noi è educato a navigare in questa complessità semiotica; i codici sono tutti da stabilire e la difficoltà a orientarsi, estrarre informazioni, eludere informazioni non pertinenti e false è ancor più evidente per chi ha difficoltà a leggere e interpretare anche un testo tradizionale.

#### *4. La compressione della sfera pubblica e la privatizzazione del dibattito pubblico*

C'è un secondo elemento che contribuisce alla complessità e al disordine del dibattito pubblico in era digitale: con l'avvento del web 2.0<sup>1</sup>, tutta l'architettura della sfera pubblica tradizionale, decisori, media, gruppi di interesse, gruppi di formazione dell'opinione, singoli cittadini, è collassata in gran parte su un'unica piattaforma digitale com-

---

<sup>1</sup> Per web 2.0 s'intende l'insieme di tecnologie che, permettendo di alimentare siti web senza doversi preoccupare della loro manutenzione, hanno permesso la diffusione di forum, blog e social network.

merciale. Questa mutazione profonda e repentina del contesto del dibattito pubblico è stata salutata al momento dell'avvento del web 2.0, intorno al 2005-2006, come una grande promessa di democratizzazione, come la restituzione del diritto di parola ai «senza voce», come la caduta dei *gatekeepers*. Purtroppo a 15 anni di distanza ci si rende conto che quella promessa è stata, almeno per ora, non mantenuta.

Il collasso della sfera pubblica su una piattaforma digitale ha provocato un deterioramento del dibattito pubblico non tanto perché tutti parlano senza i filtri dei *gatekeepers* tradizionali – e cioè i media, e le istituzioni che decidevano quali informazione lasciar passare e quali no – ma, a mio avviso, per due elementi che sono centrali nella struttura del dibattito pubblico contemporaneo, e cioè: (i) la compressione dei tempi e delle procedure del dibattito pubblico e (ii) l'obbedienza delle piattaforme a logiche commerciali.

#### 4.1 La compressione dei tempi

Fermiamoci brevemente a considerare le conseguenze della compressione dei tempi e delle procedure del dibattito pubblico. Nell'epoca precedente alla rivoluzione digitale, il dibattito avveniva in arene distinte: riunioni nelle sedi di partito o di associazioni, dibattiti televisivi o giornalistici, dibattiti istituzionali, nelle sedi di presa di decisione. Queste arene comunicavano fra loro attraverso procedure di comunicazione istituzionalizzate: mozioni, domande, lettere aperte, delibere, ordinanze, leggi, ecc. che venivano rese pubbliche dai media. Il dibattito si propagava per via essenzialmente verticale: nei sistemi più inclusivi, il consenso si propagava dai cittadini verso i decisori attraverso le strutture di intermediazione; nei sistemi più elitisti, le decisioni venivano comunicate dai decisori ai cittadini, i quali si limitavano ad approvare (o meno) le decisioni prese. In ogni caso decisori e cittadini erano ben separati nella sfera pubblica. Il dibattito avveniva in tempi molto lunghi: quelli necessari a comunicare tra arene diverse e a sottostare alle procedure spesso molto rigide presenti in ogni arena.

Senza voler troppo idealizzare il tempo che fu, resta vero che questi tempi e queste procedure costituivano essi stessi un filtro che permetteva ai diversi argomenti circolanti di affinarsi, formalizzarsi e quindi di ridursi agli elementi pertinenti lasciando cadere ridondanze, personalizzazioni e strumentalizzazioni via via che essi attraversavano le diverse sedi del dibattito pubblico.

Questo processo non esiste più, e in una confusione perenne tra quanto è privato e quanto è istituzionale, quanto è immediato e quanto è ufficiale, il dibattito pubblico si fa nell'immediatezza e nella spontaneità, e quindi nella confusione, per tutti. Questa situazione ha una conseguenza ulteriore e cioè quella di creare un'illusione di partecipazione politica a chiunque interagisca nel dibattito online. Gli utenti del web non distinguono tra interazione spontanea e partecipazione capace di determinare cambiamenti nella sfera pubblica. Le piattaforme che vengono usate nel dibattito non hanno né il ruolo, né l'architettura utile a trasformare le discussioni che ospitano in strumenti di pressione o di vera influenza sulla decisione. Gli strumenti di pressione e influenza restano nelle mani dei pochi che partecipano al dibattito istituzionale oltre che a quello digitale. La frustrazione che nasce dalla consapevolezza che ogni contributo lasciato su un social rimarrà lettera morta è una delle cause della sfiducia che i cittadini abituati a discutere unicamente sui social nutrono nelle capacità trasformative del dibattito pubblico.

#### 4.2 L'obbedienza delle piattaforme a logiche commerciali

Focalizziamoci ora sugli effetti dell'obbedienza delle piattaforme a logiche commerciali. La gestione della rivoluzione digitale è stata lasciata nelle mani di grandi gruppi di potere privati. Le piattaforme che, come *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, ospitano la gran parte del dibattito pubblico, o che, come *Google* e *Yahoo*, garantiscono l'accesso all'informazione, sono di fatto grandi agenzie di pubblicità che sono diventate snodi essenziali della sfera pubblica. In quanto snodi essenziali della sfera pubblica, queste piattaforme dovrebbero rispondere a logiche istituzionali, ma in quanto agenzie pubblicitarie rispondono in realtà a logiche commerciali. Ne discende quella potremmo definire una "privatizzazione del dibattito pubblico", la cui manifestazione più importante per il nostro discorso è la cosiddetta *economia dell'attenzione*. Le piattaforme digitali hanno bisogno di catturare la nostra attenzione e mantenerci connessi per poterci esporre ai contenuti pubblicitari che potrebbero interessarci. Per catturare la nostra attenzione, queste piattaforme ci espongono a contenuti adattati al nostro profilo: che siano i contenuti che appaiono nel *newsfeed* dei nostri account *social*, oppure i risultati delle nostre ricerche sui motori di ricerca. Questi contenuti sono determinati da complessi processi algoritmici, chia-

mati “algoritmi di personalizzazione”, in grado di prendere decisioni completamente automatizzate su quali contenuti privilegiare o penalizzare per ciascun utente. L’uso di questi algoritmi da parte delle piattaforme digitali ha per risultato di esporre ogni utente esclusivamente ad un ecosistema personalizzato di informazioni determinate algoritmicamente, che tecnicamente viene definito “bolla di filtraggio”. Le bolle di filtraggio finiscono di fatto per segregare ogni utente in quelle che vengono chiamate “*echo chambers*” cioè spazi informativi in cui l’utente è esposto unicamente a contenuti che confermeranno le sue opinioni e la sua visione del mondo. Eli Pariser (2011), fornisce nel suo importante libro *The Filter Bubble*, un chiaro esempio di come funzioni questa segregazione: Pariser racconta di due suoi amici che cercando entrambi “BP” su *Google* trovano, l’uno, una serie di collegamenti a opportunità di investimento in British Petroleum e, l’altro, informazioni sullo sversamento degli idrocarburi. I risultati delle ricerche in quel caso, come nel caso di ogni ricerca, non fanno che confermare per ciascuno dei due utenti un sistema di valori e una percezione della realtà. Il processo di personalizzazione dei contenuti è incrementale: più un utente utilizzerà un motore di ricerca, più gli algoritmi alla base di quel motore di ricerca acquisiranno informazioni dettagliate sulle sue preferenze e più gli proporranno contenuti in linea con quelle preferenze, rinchiudendolo così nella sua gabbia cognitiva. Nel caso dei due amici di Pariser i due risultati non erano soltanto diversi, erano antitetici: l’uno da inquadarsi in una politica di incoraggiamento all’investimento nelle energie fossili, l’altro in una politica sensibile alle conseguenze ecologiche di queste energie. Come hanno mostrato Sunstein (2009) e Levendusky (2013), trovandosi in *echo chambers* antitetiche, gli utenti possono arrivare ad estremizzare le proprie posizioni anziché smussarle, correggerle come potrebbe accadere se ricevessero un’informazione pluralista. Segregazione e estremizzazione portano inoltre con sé faziosità e animosità. I risultati di un sondaggio del *Pew Research Center* del 2016 sulla percezione degli elettori democratici da parte degli elettori repubblicani e viceversa, riportato in Kakutani (2018: 114), hanno mostrato che chiusi nelle nostre *echo-chambers*, non solo approfondiamo le differenze tra noi e chi non è come noi, ma tendiamo anche a considerare l’altro come un pericolo e ad attribuirgli caratteristiche negative.

### 5. *Viralità e visibilità*

L'economia dell'attenzione non solo produce segregazione, estremizzazione e faziosità, ma ha anche un impatto importante sul tipo di contenuti che circolano in rete. L'obiettivo commerciale delle piattaforme non è semplicemente quello di intrattenerci in rete, ma anche e soprattutto quello di "coinvolgerci" cioè di farci "likare", cliccare e condividere contenuti in modo tale da ottenere dati utili a perfezionare la nostra profilazione e di conseguenza la personalizzazione dei contenuti pubblicitari a cui esporci. Quest'obiettivo determina una selezione del tipo di contenuti che circolano sui social media. Questi contenuti per essere coinvolgenti per gli utenti devono essere non accurati e completi, ma sensazionalistici, controversi e divisivi (Ziegele, Breiner, & Quiring, 2014), e più in generale ad alto tasso emotivo (Wu, 2016, McNamee, 2018).

È chiaro in questo contesto che *fake-news*, tesi complottistiche, discorsi d'odio, che costituiscono forme discorsive di grande impatto avranno più probabilità di diventare virali e quindi di rispondere alle esigenze imposte dal modello economico dei media e dei social media. Un dato per le *fake-news*: queste sono di media condivise milioni di volte a fronte delle 50-100 condivisioni di un articolo postato da un giornalista professionista (Badouard, 2017).

Il fenomeno della viralità, che ha motivazioni strutturalmente economiche, finisce per diventare valore in sé: nella cultura dei social, la viralità è ricercata a tutti i costi dall'utente indipendentemente da ogni interesse economico, per dirla con Marino e Thibault (2016), la viralità è "totemizzata".

Questa totemizzazione della viralità può essere facilmente usata a fini manipolatori. Essa è sfruttata, di fatto, dai portatori di contenuti nel dibattito pubblico – gli uomini politici, gli influencers – per ottenere visibilità, ma anche per sfruttare il ritmo accelerato della comunicazione online al fine di scavalcare la vigilanza epistemica dei cittadini e riorientare il dibattito senza doversi confrontare con una vera e propria resistenza collettiva.

### 6. *Un ambiente propizio alla manipolazione*

La descrizione delle novità introdotte nel dibattito pubblico dall'avvento delle piattaforme digitali dovrebbe dare la misura della confu-

sione che regna ormai nella sfera pubblica. Questa confusione crea un ambiente decisamente propizio alla manipolazione.

Distingueri due tipi di manipolazione che occupano la scena del dibattito pubblico sui social media:

- una manipolazione di tipo tradizionale che ha fini persuasivi;
- una manipolazione che ha fini disruptivi.

Sfruttando la ridotta vigilanza epistemica dell'utente e usando strumenti manipolatori già noti all'analisi del discorso come l'abbondanza di impliciti, la vaghezza semantica, l'abuso di slittamenti semantici, l'abuso di metafore evocative, le predicazioni prive di evidenza, le contestualizzazioni e l'arsenale offerto dalle fallacie argomentative, la manipolazione persuasiva arriva a convincere il pubblico ad aderire al punto di vista del manipolatore.

La cyberguerra tra grandi potenze, molto ben descritta dagli esperti di geopolitica (tra gli altri il numero tematico della rivista *Limes*, 10/2018) ha tra gli obiettivi dichiarati quello di distruggere la fiducia dei cittadini nel dibattito pubblico democratico e di spezzare i legami che formano il tessuto sociale. Questo processo manipolatorio, che si giova dell'accelerazione discorsiva del dibattito pubblico, è promosso da alcuni uomini e donne politici, media e influencers, ma si serve anche e soprattutto massicciamente di bot, di haters prezzolati, nonché dei riflessi emulativi degli internauti. L'obiettivo è quello di introdurre nel discorso pubblico elementi d'odio, demonizzazioni dei rivali politici, dirottamenti del dibattito al fine non tanto di convincere ma di allontanare dal dibattito pubblico i cittadini in buona fede.

Il risultato di questi due processi manipolatori è una sfiducia generalizzata da parte dei cittadini nella possibilità di conoscere la verità, o addirittura nell'esistenza stessa di una verità. Come ha osservato la commentatrice conservatrice Scottie Nell Hughes a proposito della campagna di Donald Trump, solo la percezione conta in epoca di post-verità e "quelli che una volta chiamavamo fatti, non esistono semplicemente più" (D'Ancona 2017: 13). La sfiducia generalizzata nella possibilità di conoscere la verità e di immaginare insieme, attraverso il dibattito, una costruzione di una verità futura, porta ad un'auto-emarginazione massiccia, specie dei più giovani (Royal Society for Public Health, 2017), dal dibattito pubblico che sia digitale o non digitale e, di conseguenza, a un impoverimento del dibattito pubblico democratico.



### 7. *Cosa può fare un insegnante di linguistica?*

Il dibattito pubblico è fatto di istituzioni, rapporti di forze, controllo delle informazioni, ma è fatto anche e soprattutto di parole. E in questo senso, utilizzando gli strumenti offerti dalla linguistica, gli insegnanti di linguistica possono fare tanto per aiutare gli studenti ad orientarsi. Ma questo a tre condizioni:

- trovare lo spazio per un insegnamento di sintesi negli ordinamenti didattici che tendono a parcellizzare il sapere;
- accettare l'eterocliticità intrinseca della linguistica, e quindi essere disposti ad integrare nel proprio insegnamento temi tipici di altre discipline come la filosofia, la storia, la politologia, le scienze della comunicazione, la massmediologia, l'informatica, la sociologia, la psicologia;
- accettare di pensare alla linguistica non solo come a una (proto)-scienza ma anche come a una disciplina filosofica nella quale si presentino non solo risultati consolidati ma, vista l'urgenza della questione, anche ipotesi e questioni aperte.

Nei paragrafi che seguono indicherò come ho tentato di adattare il mio corso di analisi del discorso all'obiettivo di preparare gli studenti ad affrontare le insidie del dibattito online, rispettando queste tre condizioni.

### 8. *Lo spazio didattico*

Come accennavo in introduzione, ho proposto questo corso nel 2018 e nel 2019 agli studenti del terzo anno del corso di laurea triennale in scienze del linguaggio dell'Università di Lille e, tra il 2016 e il 2017, agli studenti del terzo anno del corso di laurea triennale in scienze del linguaggio, nonché agli studenti del primo anno di specialistica in linguistica, dell'Università di Tours.

Nelle quattro esperienze il pubblico è stato piuttosto omogeneo: si trattava di studenti che avevano già basi di linguistica generale, di morfologia, di sintassi, di semantica e di pragmatica. Le conoscenze degli studenti in questi tre ambiti sono paragonabili alle conoscenze che possono essere acquisite dagli studenti italiani in un corso di laurea in linguistica: al terzo anno di corso triennale (o al primo anno della laurea specialistica) i miei studenti hanno non una conoscenza solida, non necessariamente una padronanza di tutte le questioni già

affrontate, ma una sensibilità generale alle questioni di cui la linguistica si occupa e un'incipiente attitudine all'analisi linguistica dei testi.

Il corso è organizzato in dodici lezioni di due ore ciascuna, proposte con cadenza settimanale; è destinato a gruppi di 30 o 60 studenti per la triennale; era destinato a un gruppo di 20 studenti nel corso di specialistica.

A voler immaginare un corso simile nel quadro attuale dell'ordinamento italiano, possiamo immaginarlo come un corso di secondo o terzo anno in un corso di laurea triennale in linguistica, o meglio ancora in scienze della comunicazione. Il corso si adatta molto bene anche ai corsi di laurea specialistica in linguistica, e, con qualche aggiustamento, gli stessi contenuti possono essere presentati in corsi di filosofia del linguaggio, o meglio di filosofia della comunicazione.

### 9. *Gli obiettivi del corso*

Il corso ha due obiettivi essenziali:

- capire cosa sia un dibattito pubblico e come questo funzioni in epoca di rivoluzione digitale;
- saper identificare i meccanismi linguistici in gioco nella manipolazione della parola pubblica.

Saper identificare i meccanismi linguistici in gioco nella manipolazione è chiaramente cosa diversa dal saperli descrivere con il rigore formale necessario ad un'analisi linguistica corretta. Questo obiettivo più avanzato non fa parte del corso che non può quindi considerarsi un corso di analisi linguistica, ma semplicemente un corso di sensibilizzazione linguistica proposta nel contesto di una descrizione globale della struttura e del funzionamento del dibattito pubblico.

### 10. *Il programma del corso*

Il programma è organizzato in quattro unità didattiche:

- Una riflessione sul dibattito pubblico come luogo di costruzione condivisa di un *common ground* (10.1).
- Una presentazione dei diversi tipi di discorso e i diversi tipi di persuasione presenti nel dibattito pubblico: dimostrazione, argomentazione e manipolazione (10.2).

- Un'illustrazione dei meccanismi linguistici che sono in gioco nella manipolazione del dibattito pubblico (10.3).
- Una presentazione delle specificità del dibattito pubblico digitale e delle sue manipolazioni (10.4).

### 10.1 Unità didattica 1 – Cos'è un dibattito?

*Cos'è un dibattito?* La prima parte del corso è tutta indirizzata a suscitare questo interrogativo presso gli studenti e a dare qualche punto di riferimento. Nel corso esplicito le mie posizioni filosofiche circa il dibattito, presentando le nozioni di pluralismo, prospettivismo e socio-costruttivismo. Con questi studenti non entro, data la complessità della questione filosofica, nel dibattito sul post-modernismo, che pure costituisce un terreno importante al quale spesso chi ha voglia di relativizzare l'importanza del dibattito pubblico si riferisce impropriamente; una presentazione del post-modernismo avrebbe però a mio avviso tutto il suo spazio in un corso di filosofia del linguaggio. Dopo aver introdotto questi elementi passo ad illustrare in maniera necessariamente cursoria:

- la caratterizzazione che Habermas (1983: [1985]) dà della discussione pubblica come luogo potenzialmente garante della razionalità della decisione collettiva.

Rispetto alla posizione ottimistica di Habermas circa la razionalità potenziale del dibattito pubblico, tuttavia, preferisco introdurre anche:

- i *caveat* che si possono dedurre dalla lettura di Bourdieu (1973), e in altri termini da Lakoff & Johnson (1980: 454), che segnalano, anche se in modi diversi, i rapporti di forza e la violenza che caratterizzano la discussione pubblica, considerata come la prosecuzione della guerra con altri mezzi, e della dominazione in altro contesto.

La discussione pubblica è quindi presentata come un terreno in tensione costante tra cooperazione e competizione. Una volta chiarito lo sfondo filosofico sul quale costruiremo nel corso la nozione di discussione pubblica, invito gli studenti a reinterpretare

- la costruzione del dibattito pubblico in termini di costruzione di un *core common ground*.

Per *core common ground* intendo, con Kecskes e Zhang (2009), l'insieme di rappresentazioni della realtà condivise da una cultura e una comunità. Con questo strumento teorico, che estende la nozione dell'

*emergent common ground* di Stalnaker (1978) e la concezione del dialogo come *grounding* di Clark & Brennan (1991), l'intero dibattito pubblico viene concepito come un insieme dinamico, evolutivo e interazionale (Ginzburg 2012) di proposizioni condivise da una comunità.

## 10.2 Unità didattica 2 – Diversi tipi di discorso, diversi tipi di persuasione

Costruendo sulla tradizione aristotelica che distingue diversi tipi di discorso ciascuno dei quali ha un rapporto specifico con la realtà e si traduce in pratiche discorsive diverse introduco:

- una distinzione tra *common ground* epistemico, *common ground* assiologico, *common ground* pratico, *common ground* estetico.

La costruzione di questi diversi tipi di *common ground* si fa attraverso tipi diversi di discorso, che introduco nelle loro caratteristiche generali:

- il discorso scientifico, il discorso morale, il discorso politico, il discorso estetico.

Restando sempre nella tradizione aristotelica sottolineo come non esista per i diversi tipi di discorso la stessa necessità di trovare un *common ground*, distinguo quindi tra:

- i discorsi che possono essere interpretati in termini di verità o falsità, come il discorso epistemico della scienza, e i discorsi che invece devono ricorrere alle nozioni di plausibilità e non plausibilità come il discorso pratico della politica.

Questa distinzione mi permette di indicare agli studenti come eludere i due scogli della post-verità da un lato, dello scientismo tecnocratico dall'altro; e mi permette anche di introdurre i diversi tipi di processi persuasivi che sono alla base dei meccanismi di costruzione dei diversi tipi di *common ground*:

- la dimostrazione in senso stretto (per le scienze logiche e matematiche),
- la dimostrazione scientifica utile nelle altre scienze,
- l'argomentazione necessaria nel dibattito etico, filosofico e politico.

Una volta introdotti i principi che guidano questi diversi processi persuasivi, introduco:

- la manipolazione, cioè il processo di persuasione che a differenza della dimostrazione e dell'argomentazione non si manifesta all'interlocutore in quanto tale (Van Dijk 20016, Breton 1998).

### 10.3 Unità didattica 3 – Meccanismi linguistici manipolatori

In questa unità linguistica passo in rassegna le costruzioni manipolatorie che la ricerca linguistica più o meno recente ha identificato:

- le referenze vaghe (Lombardi Vallauri 2019),
- la costruzione di categorie ad hoc manipolatorie attraverso le liste sintattiche (Barotto & Mauri, 2018, Battaglia & Pietrandrea, in preparazione),
- gli slittamenti nelle catene di co-referenza che portano a quelli che vengono definiti amalgami discorsivi (Battaglia, in preparazione, Battaglia & Pietrandrea, in preparazione),
- le predicazioni senza evidenza,
- le presupposizioni, le implicature, le topicalizzazioni (Lombardi Vallauri 2019),
- le contraddizioni,
- le fallacie argomentative.

E anche le costruzioni usate nella manipolazione disruptiva:

- le decontestualizzazioni,
- il lessico a alto tasso emotivo,
- le metafore manipolatorie (Charteris-Black 2006),
- i dirottamenti delle conversazioni
- l'irruzione dello *hate-speech*.

### 10.4 Unità didattica 4 – Peculiarità del dibattito pubblico online

Solo dopo aver dato agli studenti alcune indicazioni generali sul senso del dibattito pubblico, sul valore e i limiti dell'argomentazione e solo dopo aver dato loro la possibilità di riconoscere gli strumenti linguistici usati nella manipolazione, presento la complessità ulteriore introdotta dal trasferimento del dibattito pubblico online. La scelta di introdurre le specificità della discussione digitale solo dopo aver presentato la complessità delle questioni legate alla discussione pubblica in generale è motivata dal fatto che negli anni che ho dedicato a questo studio, mi sono fatta via via più convinta che la crisi attuale del dibattito pubblico è da attribuire molto di più all'assenza della consapevolezza democratica e linguistica necessarie a dibattere che non ai mezzi che usiamo.

Per presentare le peculiarità e le complicazioni introdotte dal dibattito pubblico digitale, mostro:

- le diverse configurazioni dello schema di processo semiologico di Jakobson che si realizzano nelle diverse circostanze del dibattito digitale,

cosa che mi permette sia di mettere in evidenza il carattere semioticamente inedito dei processi comunicativi digitali che ho descritto in §3 sia di dare alcune indicazioni sulle questioni che possono creare semioticamente un problema all'interno di questo nuovo universo comunicativo.

Inoltre presento:

- qualche lezione di cultura digitale nella quale affronto i temi della trasformazione psico-sociale e semiotica della sfera pubblica, l'economia dell'attenzione, la viralità, la disruzione dolosa del dibattito democratico (vedi §4-6).

## 11. *I metodi*

I corsi che ho tenuto sono stati incentrati ogni anno su un tema diverso; abbiamo analizzato con gli studenti:

- il dibattito sulla migrazione,
- il dibattito sull'Europa,
- il dibattito sulla catastrofe climatica.

La scelta di incentrare il corso su un solo tema permette agli studenti di conoscere meglio le questioni di cui si dibatte, di appassionarsi al dibattito e quindi di poterlo valutare in maniera più globale.

Oltre alla presentazione teorica, propongo agli studenti:

- analisi di video,
- analisi di testi di giornale.

La proiezione di un video o la lettura di un articolo in classe è seguita da una discussione collettiva orale che ha per obiettivo l'identificazione delle strutture manipolatorie. A casa, gli studenti sintetizzano la discussione e propongono i loro riassunti su una piattaforma collaborativa di tipo *wiki*, che mi permette via via di monitorare il livello di comprensione dei contenuti proposti. I lavori a casa sono poi presi in considerazione nella valutazione finale.

Ai video e ai testi proposti nelle prime lezioni faccio seguire non una valutazione critica dello stimolo proposto, per la quale, in quella fase, gli studenti non sono ancora pronti, ma la:

- simulazione di una discussione *online*.

Gli studenti sono invitati a collegarsi a uno strumento di edizione collaborativa e a simulare in classe una discussione *online* a proposito dei contenuti del video o del testo analizzato, a comportarsi in altre parole come se fossero utenti impegnati a discutere online un determinato contributo. Questo approccio permette agli studenti di sviluppare la riflessività necessaria a identificare nelle loro stesse produzioni, al netto di qualunque intenzione manipolatoria, le strutture che, per effetto di *priming* linguistico<sup>2</sup> finiscono per essere manipolatorie, vaghe, non pertinenti. Questo elemento mi permette da una parte di mostrare come la manipolazione non sia sempre intenzionale e dolosa, dall'altra di acuire la sensibilità degli studenti verso i meccanismi che innescano la manipolazione e quindi verso la possibilità di disinnescarli.

## 12. *La valutazione e i risultati*

La prova finale di questo corso si è sempre articolata in due esercizi: un riassunto scritto dell'intero corso (di circa 5-7 pagine) e un esercizio di identificazione e commento delle strutture manipolatorie in vari testi.

I risultati delle prove sono generalmente buoni: gli studenti hanno ottenuto sistematicamente una media di 14/20 quando la sufficienza si ottiene con 10/20 e la media generale degli studenti negli altri corsi (compresi i miei) è di 12/20.

I riassunti sono pertinenti, anche se quasi sempre parziali: ciascuno degli studenti sembra prediligere uno o più aspetti del corso molto eterogeneo, e solo pochi riescono a sintetizzare la totalità degli argomenti trattati.

Anche se non sollecitati ad esprimersi su questo punto, gli studenti approfittano dell'esercizio di sintesi per dimostrare il loro apprezzamento per il corso che, a loro dire, ha il merito di fornire strumenti che li rendono più sicuri e pronti a lanciarsi nel dibattito.

L'esercizio di identificazione delle manipolazioni ha rivelato qualche sorpresa: alcuni studenti si dimostrano capaci di identificare strutture di manipolazione diverse da quelle viste in corso: senza che avessimo avuto modo di parlarne, gli studenti hanno, ad esempio,

---

<sup>2</sup> Il *priming* linguistico è la tendenza inconscia dei partecipanti ad uno scambio linguistico a ripetere o a processare in maniera più rapida strutture linguistiche già introdotte nello scambio.

identificato e discusso il portato ideologico del morfema *-iste* (-ista) in parole come *immigrationniste* o anche il blending tra metafore usate nel dibattito pubblico. Questo lascia pensare che un'azione di sensibilizzazione tutto sommato contenuta possa avere l'effetto di risvegliare una capacità critica capace di andare ben oltre un'applicazione meccanica degli insegnamenti ricevuti.

Tuttavia, va sottolineato che i risultati mostrano un limite delle scelte pedagogiche fatte. Nonostante gli studenti abbiano ricevuto in altri corsi gli strumenti per rappresentare rigorosamente le strutture linguistiche analizzate, questi strumenti non vengono usati se non raramente: il risultato è che quindi nell'esercizio di identificazione, così come anche nei riassunti, gli studenti mostrano di capire dove c'è una manipolazione e anche a quale livello linguistico questa si situi; quello che non sanno fare, però, è dare una descrizione rigorosa, se non formale, di queste strutture. Per ovviare a queste difficoltà sto valutando di distribuire i contenuti di questo corso su più corsi connessi fra loro.

### *Ringraziamenti*

L'idea di questo corso è nata nell'ambito della preparazione del progetto Galileo, Euro.Discourse (<https://eurodisc.huma-num.fr/>), finanziato dall'Università Italo-Francese tra il 2018 e il 2019 e coordinato da Andrea Sansò (per la parte italiana) e da me per la parte francese. Ad Andrea Sansò, i miei più sentiti ringraziamenti per le discussioni che abbiamo avuto in quel contesto. I miei studenti di master e dottorato, Adelina Stoian, Cécile Martin, Elena Battaglia, Jeon Sangwan dell'Università di Lille e Tours, mi hanno molto aiutata nella ricerca dei dati linguistici pertinenti per l'analisi della manipolazione. Con la mia collega Giuditta Caliendo, dell'Università di Lille, e con la giornalista Géraldine Delacroix della rivista francese *Mediapart* ho creato una rubrica di educazione popolare sul tema della manipolazione discorsiva *online* (<https://blogs.mediapart.fr/edition/europeennes-des-elections-sous-surveillance>), la cui preparazione ha molto arricchito la mia riflessione. Il più grande ringraziamento va ovviamente ai miei studenti, che hanno seguito negli anni questi corsi con la sincerità, la dedizione e il coraggio di chi si lascia guidare per terre ignote, sapendo benissimo che quelle terre erano e restano, anche per la loro guida, tutte da esplorare.



*Riferimenti bibliografici*

- Badouard, Romain. 2017. *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*, Limoges: FYP éditions.
- Barotto Alessandra & Mauri, Caterina. 2018. Constructing lists to construct categories. *Italian Journal of Linguistics* 30(1). 95-134.
- Battaglia Elena. In preparazione. *Référence et construction de l'espace du discours*. (Manoscritto, Université de Lille).
- Battaglia Elena & Pietrandrea, Paola. In preparazione. *The implicit construction of ad hoc categories in the discourse about migrants and Europe*.
- Bourdieu, Pierre. 1973. L'opinion publique n'existe pas. *Les temps modernes* 318. 1292-1309.
- Breton, Philippe. 1998. *La parole manipulée*. Paris: La Découverte.
- Brocca, Nicola, Garassino, Davide, Masia. 2016. Politici nella rete o nella rete dei politici? L'implicito nella comunicazione politica italiana su Twitter. *Philogie im Netz. COMIN & Partners*. 11. 66-79.
- Charteris-Black, Jonathan. 2006. *Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Clark, Herbert H. & Brennan, Susan E. 1991. Grounding in Communication. In Resnick, Lauren, Levine, B., M., John, Teasley Stephanie (eds.), *Perspectives on Socially Shared Cognition*, 127-149. Washington, D.C.: American Psychological Association.
- D'Ancona, Matthew. 2017. *Post-Truth. The new war on truth and how to fight back*. London: Ebury Press.
- Di Francesco, Gabriella. 2013. *Le competenze per vivere e lavorare oggi – Principali evidenze dall'Indagine PIAAC*. Roma: Isfol.
- Ginzburg, Jonathan. 2012. *The interactive stance*. Oxford: Oxford University Press.
- Habermas, Junger. 1983. *Moralbewußtsein und kommunikatives* [Etica del discorso]. Frankfurt: Handeln.
- Kakutani, Michiko. 2018. *The Death of Truth, Notes on Falsehood in the Age of Trump* [La morte della verità]. New York: Tim Duggan Books.
- Kecskes, Istvan & Zhang, Fenghui. 2009. Activating, seeking, and creating common ground: A socio-cognitive approach. *Pragmatics & Cognition*. 17. 331-355.
- Lakoff, George & Johnson, Mark. 1980. Conceptual Metaphor in Everyday Language. *The Journal of Philosophy*. 77(8). 453-486.

- Levendusky, Matthew. 2013. *How Partisan Media Polarize America*. Chicago: University of Chicago Press.
- Limes. 2018. 10 La rete a stelle e strisce. *Limes rivista italiana di geopolitica* 10/2018.
- Lombardi Vallauri, Edoardo 2019. *La lingua disonesta. Contenuti impliciti e strategie di persuasione*. Bologna: Il Mulino.
- Marino, Gabriele & Thibault, Matthia. 2017. Oh, You Just Semioticized Memes? You Must Know Everything. Un punto (e accapo) sulla semiotica della viralità. *LEXIA*. 25-26. 11-42.
- McNamee, Roger. 2018. How to Fix Facebook Before It Fixes Us. An early investor explains why the social media platform's business model is such a threat and what to do about it. *Washington Monthly*. January February March 2018. (<https://washingtonmonthly.com/magazine/january-february-march-2018/how-to-fix-facebook-before-it-fixes-us/>) (Consultato il 09.02.2020).
- Newman, Nic, Richard Fletcher, Kalogeropoulos, Antonis, Kleis Nielsen, Rasmus. 2019. *Reuters Institute Digital News Report 2019*. ([https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR\\_2019\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf)). (Consultato il 09.02.2020).
- Pariser, Eli. 2011. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. London: The Penguin Press.
- Royal Society for Public Health. 2017. *Status of Mind: Social media and young people's mental health*. (<https://www.rsph.org.uk/asset/AAFB7DC1-35CE-4097-B26321C1667B5333.2D2662B7-A714-4ACB-A94A63BA544A8267/>). (Consultato il 09.02.2020).
- Stalnaker, Robert C. 1978. Assertion. *Syntax and Semantics*. 9. 78-95.
- Sunstein, Cass R. 2009. *Going to Extremes: How Like Minds Unite and Divide*. Oxford: Oxford University Press.
- Wu, Tim. 2016. *The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*. New York: Knopf.
- Van Dik Teun A. 2006. Discourse and Manipulation. *Discourse & Society*. 17(2). 359-383.
- Ziegele Marc, Breiner, Timo, Quiring, Oliver. 2014. What Creates Interactivity in Online News Discussions? An Exploratory Analysis of Discussion Factors in User Comments on News Items. *Journal of Communication*. 64. 1111-1138.