

Facebook e la battaglia (persa) alle fake news

GLI STRUMENTI

Il controllo di veridicità anche su foto e video, "fact-checkers" in altri 14 Paesi tra cui l'Italia, maggiore collaborazione con il mondo accademico. Facebook annuncia nuovi strumenti per combattere le fake news. O meglio, lo fa di nuovo. Da quando gli scandali delle bufale dalla Russia in campagna elettorale prima e quello di Cambridge Analytica poi sono esplosi mettendo per la prima volta seriamente in discussione il ruolo dei social network, Facebook sta cercando in tutti i modi di mostrare all'opinione pubblica la propria buona volontà nel risolvere le questioni che negli ultimi tempi ne hanno minato la credibilità. Così il social network ha messo in atto una rimozione sistematica di account falsi, approfondendo i controlli e aumentando i filtri sul materiale immesso sulla piattaforma, promuovendo campagne di informazione e "alfabetiz-

zazione" mediatica. E giovedì è arrivato l'ennesimo annuncio, fatto al "Global Fact-Checking Summit", la conferenza annuale dei fact-checkers (coloro che si occupano di filtrare e verificare le notizie e i contenuti), che si è tenuta alla St. Stephen's School di Roma dalle due giovanissime Product Manager di Facebook, Tessa Lyons-Laing e Antonia Woodford, che in azienda hanno proprio il compito di garantire "l'integrità" del News feed, ossia il rullo di notizie che compaiono quando apriamo Facebook.

LA STRATEGIA

La strategia d'azione, ha spiegato Lyons, si riassume nel motto "remove, reduce, inform" e si basa «su tre fasi: rimuovere gli account falsi e i contenuti spam, ridurre l'efficacia di quelli che non violano apertamente la policy di Facebook ma che sono "sospetti" e informare gli utenti dando loro notizie in più sulla fonte da cui un contenuto proviene». Facebook ha rimosso 583 milioni di account falsi in tutto il mondo nella sola prima metà del 2018 (cancellati in fase di creazione e che quindi non incidono sul numero totale degli utenti attivi, che ad oggi sono circa 2,2 miliardi) e 837 milioni di contenuti spam. Solo che tali stru-



menti sono in realtà aggiornamenti di quelli già presentati nei mesi scorsi. La novità più rilevante è un sistema per effettuare un controllo di qualità tramite intelligenza artificiale anche su foto e video, attraverso cui la diffusione di una falsa notizia è più difficile da ostacolare. Per il resto il piano d'azione di Facebook, già spiegato dal fondatore dell'azienda, è chiaro: ridurre la diffusione delle pagine e dei domini che condividono ripetutamente notizie false, impedendo loro di guadagnare denaro con la diffusione di quei contenuti. Una soluzione che può forse scongiurare un attacco violento come quello russo durante le elezioni presidenziali Usa, ma che

IL CEO
Il fondatore di Facebook Mark Zuckerberg, 34 anni, durante il suo intervento il 24 maggio scorso alla fiera VivaTech a Parigi

non può oggettivamente risolvere il problema. Attualmente in Italia Facebook lavora con il sito Pagella Politica, che ha il compito di individuare e segnalare le notizie false, mentre a livello globale lavorerà con i vari partner del fact-checking per utilizzare "Claim Review" di Schema.org, piattaforma aperta che contiene dati e analisi. Per il resto, tutto è affidato a un algoritmo, che agisce in base a vari fattori fra cui i feedback degli utenti e che attribuisce un punteggio di rilevanza a ogni contenuto pubblicato: più alto sarà il punteggio, più in alto sarà visualizzato nel News feed.

LE CHAT

Il problema è che le fake news fanno parte della stessa natura di un social network, che si basa sul principio secondo cui chiunque può dire la sua su qualsiasi cosa. Senza considerare poi le chat, tra cui la società di Menlo Park possiede le due più utilizzate: WhatsApp e Messenger. Tutti sanno quanto i gruppi WhatsApp siano un luogo prediletto di diffusione di fake news. Tanto che l'azienda sta testando una funzione che contrassegna un messaggio inoltrato per far capire che non è stato scritto dall'utente ma copiato da un'altra conversazione, quindi non verificabile. Resta il fatto che l'intelligenza artificiale forse può aiutare, ma non potrà mai supplire a quella umana.

Andrea Andrei

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL SOCIAL NETWORK UTILIZZERA UN ALGORITMO PER CONTROLLARE LA VERIDICITÀ ANCHE DELLE FOTO