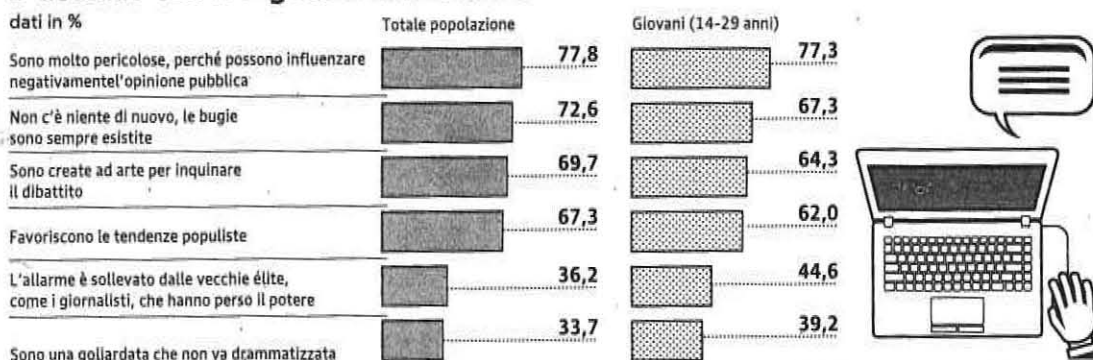


Gli italiani e le fake news

D'accordo con le seguenti affermazioni

Informazione *L'allarme bufale*

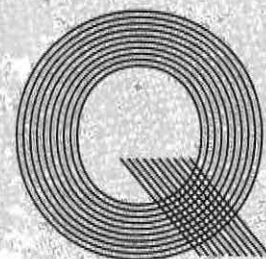
La strada stretta per vincere la sfida alle fake news

ANDREA IANNUZZI

Secondo Papa Francesco, è stata una fake news a provocare il peccato originale, con il serpente biblico nelle vesti di capostipite di tutti i bufalari. Eppure, si potrebbe obiettare, nel Giardino dell'Eden non esistevano i social media, oggi ritenuti a torto o a ragione la fonte primaria di notizie false. Il papa è solo l'ultima autorità ad aver lanciato l'allarme sui rischi delle fake news, paragonandone gli effetti al potere di Satana. Pochi giorni prima, la commissaria europea al digitale, Maryia Gabriel, aveva sostenuto che «le false informazioni minacciano la reputazione dei media, il benessere delle nostre democrazie e i nostri valori democratici». In Italia, il ministero dell'Interno ha creato il "bottono rosso" anti fake news, con il quale affida alla polizia postale il pronto intervento contro le bufale online. Con la campagna elettorale alle porte, i social media nel ruolo di osservati speciali e i media

Oltre metà degli utenti internet ha creduto a una notizia falsa. Valerii (Censis) "Ora c'è bisogno di recuperare l'immaginario collettivo del Paese"

tradizionali impegnati a recuperare la credibilità perduta – soprattutto da quando Facebook ha annunciato di voler affidare agli utenti la valutazione della fiducia nelle fonti – diventa necessario inquadrare il tema da una prospettiva condivisa. Un aiuto arriva dal Censis, che nelle scorse settimane ha rilasciato la fotografia annuale sulle abitudini informative degli italiani. Dallo studio, intitolato "I media e l'immaginario collettivo" emerge che oltre la metà degli utenti di Internet ha creduto a notizie false (il 45% "qualche volta", il 7% "spesso"). E quasi l'80% degli italiani ritiene che si tratti di un fenomeno pericoloso. C'è però una differenza di interpretazione a seconda del grado di istruzione e dell'età. I più istruiti pensano che le fake news siano create ad arte per inquinare il dibattito pubblico e favoriscano il populismo, mentre una buona parte dei giovani (14-29 anni) ritiene che l'allarme sia ingigantito dai giornalisti stessi, che cercano di riconquistare la centralità perduta.



QUARTA PAGINA

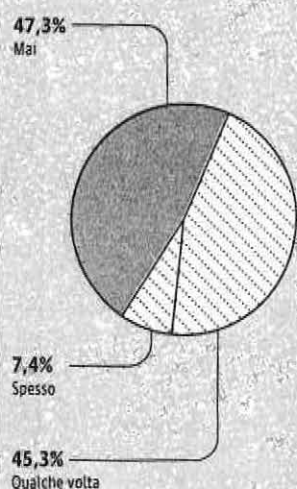
Mezzi utilizzati per informarsi negli ultimi sette giorni

dati in %, totale popolazione

Telegiornali	60,6
Facebook	35,0
Giornali radio	22,4
Motori di ricerca su internet	21,8
Tv all news	20,2
Quotidiani cartacei	14,2
YouTube	12,6
Televideo/ Mediaset	11,0
Siti web di informazione	10,3
Quotidiani online	10
Settimanali/ mensili	9,6
App su smartphone	8,6
Free press	5,0
Twitter	4,8
Blog/ Forum online	4,1
Servizio sms tramite telefono cellulare	3,7

LA DIFFUSIONE

utenti di internet che hanno creduto a una informazione circolata in rete che poi si è rivelata falsa (dati in %)



FONTE: INDAGINE CENSIS, 2017

LE ELEZIONI PRESIDENZIALI AMERICANE

25%

dei cittadini Usa ha visitato un sito di fake news.

60%

del traffico su siti di fake news è stato generato dal 10% di utenti con una dieta informativa online fortemente schierata su posizioni pro-Trump

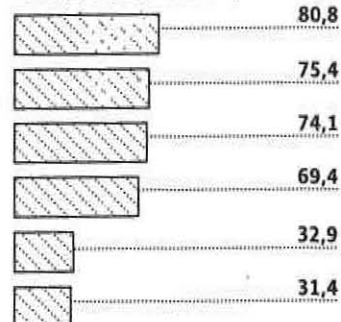


22%

delle persone che hanno visitato siti di fake news erano sui Facebook nei 30 secondi precedenti

FONTE: "SELECTIVE EXPOSURE TO MISINFORMATION" EUROPEAN RESEARCH COUNCIL

Più istruiti (diplomati e laureati)



Massimiliano Valerii, direttore generale del Censis, è il coordinatore del gruppo di lavoro che ha realizzato il rapporto. E non è d'accordo con chi sottovaluta il fenomeno: «Mi fanno sorridere quelli che dicono che le bufale ci sono sempre state, citando esempi storici come i Protocolli dei savi di Sion o la datazione della Sacra Sindone. Sarebbe come se dicessimo che Whatsapp non è nulla di nuovo perché prima c'erano i telegrammi. Così facendo, si sottovaluta il ruolo specifico delle tecnologie digitali, la cui diffusione è alla base di due processi: l'era biomedica, nella quale l'individuo iperconnesso e le sue emozioni sono il contenuto stesso della comunicazione; e la disintermediazione che ci consente di bypassare le figure tradizionali che hanno sempre accompagnato il percorso cognitivo: gli insegnanti, gli intellettuali, gli scienziati, i giornalisti. Nell'era dell'uno vale uno, sono saltate le gerarchie e si è persa autorevolezza. È venuto meno l'immaginario collettivo, non ci sono più ruoli né valori di riferimento». In questo scenario, il terreno per la diffusione di fake news è fertile perché ciascuno può crearsi la propria verità, in ogni ambito. «Assistiamo al primato dell'emotività sulla verità comprovata». La soluzione però non può essere affidata alla tecnologia stessa e men che meno alle scorciatoie normative. «Facebook – dice Valerii – è al servizio dei singoli utenti e anche se ora sta cercando di intervenire, non può essere sottoposto alle norme che riguardano gli editori. Ma non sono neppure i media tradizionali a dover pensare che il problema si possa risolvere internamente. La questione non è tecnica, è culturale: l'unica strada è il recupero di un immaginario collettivo. E non bisogna commettere l'errore di distinguere tra la cultura alta, quella dei libri, dei circoli, delle élite; e la cultura bassa della rete, altrimenti si lascia spazio alle imprese politiche specializzate nel populismo». Ecco dunque il punto: le fake news rappresentano una minaccia in chiave elettorale? Valerii non la pensa così: «Il problema dei partiti non sono le bufale, ma il distacco abissale dalla società. Altrimenti c'è il rischio di creare un alibi, un capro espiatorio per mascherare la perdita di credibilità».

© RIPRODUZIONE RISERVATA