

## **TIPOLOGIA: SAGGIO BREVE – AMBITO SOCIO-SCIENTIFICO**

Sviluppa l'argomento proposto in forma di saggio breve, utilizzando, in tutto o in parte, e nei modi che ritieni opportuni, i documenti e i dati forniti.

Argomenta la tua trattazione, anche con opportuni riferimenti alle tue conoscenze ed esperienze di studio.

Premetti al saggio un titolo coerente e, se vuoi, suddividilo in paragrafi. Utilizza un sistema di note. Adotta un linguaggio formale, evitando espressioni colloquiali e in prima persona.

Non superare la misura di 7500 battute (spazi inclusi).

### **ARGOMENTO: «Fake news» e informazione scientifica**

*«Bufale in rete: ci casca più della metà degli internauti.*

I tg sono ancora la prima fonte d'informazione degli italiani (per il 60,6%), ma al secondo posto c'è Facebook (35%). A più della metà degli utenti di internet è capitato di dare credito a fake news circolate in rete: è successo spesso al 7,4%, qualche volta al 45,3%

Roma, 4 ottobre 2017 - **Come ci si informa oggi.** I telegiornali sono usati abitualmente per informarsi dal 60,6% degli italiani, ma solo dal 53,9% dei giovani. La seconda fonte d'informazione è Facebook con il 35%, ma nel caso degli under 30 il social network sale al 48,8%. Tra i mezzi utilizzati per informarsi dai giovani seguono i motori di ricerca su internet come Google (25,7%) e YouTube (20,7%). Le persone più istruite, diplomate o laureate, restano affezionate ai tg generalisti (62,1%), ai giornali radio (25,3%) e alle tv all news (23,7%), ma danno comunque molta importanza a Facebook (41,1%). I quotidiani vengono al sesto posto nella classifica generale: li usa regolarmente per informarsi il 14,2% della popolazione, il 15,1% delle persone più istruite, ma solo il 5,6% dei giovani.

**Tra fake news e post-truth** A più della metà degli utenti di internet è capitato di dare credito a notizie false circolate in rete: è successo spesso al 7,4%, qualche volta al 45,3%, per un totale pari al 52,7%. La percentuale scende di poco, rimanendo comunque al di sopra della metà, tra le persone più istruite (51,9%), ma sale fino al 58,8% tra i giovani under 30, che dichiarano di aver creduto spesso alle bufale in rete nel 12,3% dei casi. Quali sono i giudizi espressi sulle fake news? Per tre quarti degli italiani (77,8%) si tratta di un fenomeno pericoloso, soprattutto per i diplomati e laureati (80,8%). Proprio i più istruiti ritengono, con valori superiori alla media della popolazione, che le bufale sul web vengono create ad arte per inquinare il dibattito pubblico (74,1%) e che favoriscono il populismo (69,4%). I giovani invece danno meno peso a queste valutazioni. Il 44,6% ritiene che l'allarme sulle fake news sia sollevato dalle vecchie élite, come i giornalisti, che a causa del web hanno perso potere.

**Le nuove soglie della disintermediazione digitale: che cosa si fa sul web e perché.** Nell'epoca della disintermediazione digitale, app e startup stanno rimodellando abitudini e comportamenti quotidiani. Il 39,7% degli utenti di internet controlla il proprio conto corrente grazie all'home banking (circa 15 milioni di persone), il 37,7% fa shopping in rete. Non decollano, però, le prenotazioni sul web delle visite mediche (8%), né i rapporti online con le pubbliche amministrazioni (14,9%). Cresce invece il fenomeno del self-tracking: oggi il 13,2% degli italiani si avvale di dispositivi digitali per monitorare e archiviare informazioni sul proprio stile di vita (attività fisica e sportiva, dieta alimentare e altro). I servizi delle aziende del capitalismo digitale (da Uber a Airbnb, da Deliveroo a Foodora) sono state utilizzate nell'ultimo anno dal 6,9% degli italiani, con un coinvolgimento maggiore dei giovanissimi under 30 (10,4%) e delle persone più istruite (9,3%). Questi servizi vengono promossi per il loro carattere innovativo (il 59,1% degli italiani riconosce loro il merito di aprire continuamente nuove strade all'innovazione) e perché

fanno risparmiare tempo e denaro (54,1%). La preoccupazione maggiore resta l'impatto reale dell'app economy sui posti di lavoro: per il 44,7% degli italiani non si crea nuova e vera occupazione».

*14° Rapporto Censis sulla comunicazione «I media e il nuovo immaginario collettivo», 4 ottobre 2017*

«Il tema delle fake news, uno dei più in voga negli ultimi tempi, è a dire la verità un argomento di cui si parla dalla notte dei tempi. Quelle che oggi chiamiamo *fake news* sono nientedimeno che notizie false, create ad hoc da specialisti della comunicazione per manipolare l'opinione pubblica. Quello che è cambiato rispetto al passato non è tanto la capacità di creare e spacciare per vere delle bufale quanto la dimensione del fenomeno. L'avvento della rete ha infatti dilatato a dismisura la portata delle fake news che grazie all'espansione dei social network possono avere oggi una viralità e una velocità inedita rispetto al passato.

La rete ha allargato i confini di un ambiente sempre più globale mentre i social media hanno pensato a creare nuove fonti di informazione relegando sempre più ai margini giornali e giornalisti. Oggi, dunque, non c'è niente di più facile e pericoloso che far circolare in rete una bufala. Se poi le fake-news riguardano la nostra salute allora il discorso diventa ancora più delicato. Soprattutto se, come ci dice un rapporto Censis, gli italiani si informano di salute sul web. Infatti oltre il 28% usa Internet per informarsi su questo tema, percentuale che sale a quasi il 37% tra i Millennials. Il 69% vorrebbe che queste informazioni online fossero in qualche modo certificate. Se da un lato questo è un dato incoraggiante perché dimostra una certa consapevolezza, è tuttavia da tenere in considerazione un altro dato non troppo rassicurante, secondo il quale il 17% consulta siti web generici sulla salute, facendosi sostanzialmente guidare dall'algoritmo».

Guido PIETRANGELI, *Bufale scientifiche in rete. "Let's Science" mostra come difenderci dalle fake-news*, huffingtonpost.it, 23 gennaio 2018

«Avete mai trovato qualcuno che, posto di fronte a fatti che contraddicono le sue più profonde convinzioni, abbia cambiato opinione? Neanche io. Infatti, la gente sembra rafforzare le proprie convinzioni a dispetto delle prove schiaccianti contro di esse. Il motivo è legato alla sensazione che la visione del mondo sia minacciata dai dati conflittuali.

I creazionisti, per esempio, contestano l'evidenza dell'evoluzione nei fossili e nel DNA, perché sono preoccupati delle forze secolari che violano la fede religiosa. Gli antivaxxers non si fidano delle grandi case farmaceutiche e pensano che il denaro corrompa la medicina, portandoli a credere che i vaccini causino l'autismo, nonostante una scomoda verità: l'unico studio in assoluto a sostenere tale legame è stato ritrattato e il suo principale autore accusato di frode».

Michael SHERMER, *How to Convince Someone When Facts Fail*, scientificamerican.com, 1 gennaio 2017