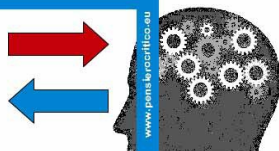


Occorre aumentare la fiducia nelle fonti di informazione affidabili

Negli ultimi anni abbiamo assistito spesso a segnalazioni (soprattutto dai mass media) del rischio di presenza di fakenews nel dibattito pubblico, soprattutto politico. E' stato addirittura creato il termine "post-verità" e nel 2016 l'Oxford Dictionary annunciò di aver decretato "post-truth" (post-verità) come parola dell'anno. Questo fenomeno voleva evidenziare come, negli ultimi decenni la verità sia diventata irrilevante nella percezione dell'opinione pubblica (per approfondire vedi pagina "L'era della post-verità"). Secondo uno studio pubblicato nel 2022 (Research note: Fighting misinformation or fighting for information?) dagli psicologi Alberto Acerbi, Sasha Altay e Hugo Mercier le cose non stanno proprio così, essi sostengono infatti che la disinformazione è stata talmente arginata dall'enfasi creata dal fenomeno "fakenews" che risulta oggi molto ridotta nei media online di molti paesi: 0,7-6% in USA, 4-5% in Francia, 1% in Germania, 0,1% in UK. Essi scrivono nel loro studio: *"Nel complesso, queste stime suggeriscono che il consumo di disinformazione online è basso nel nord del mondo, ma potrebbe non essere così nel sud del mondo (Narayanan et al., 2019). Vale anche la pena notare che queste stime sono limitate alle fonti di notizie e non includono post personali, chat di gruppo, meme, ecc."* Visto questo stato di cose essi avanzano la seguente proposta: *"Ciò non significa che dobbiamo smantellare gli sforzi per combattere la disinformazione, poiché l'attuale equilibrio, con la sua bassa prevalenza di disinformazione, è il risultato di questi sforzi. Sosteniamo invece che, a margine, dovrebbero essere dedicati maggiori sforzi per aumentare la fiducia in fonti di informazione affidabili piuttosto che per combattere la disinformazione"*. Ciò equivale a dire che le persone devono essere aiutate a



valutare la credibilità delle informazioni che ricevono, cioè a migliorare il loro pensiero critico.