

L'OMBRELLO DELLA SCIENZA CONTRO LE **FAKE NEWS**

Secondo i dati Agcom solo una piccolissima percentuale
di contenuti disinformativi riguarda la tecnologia
La vittima preferita dei professionisti del falso rimane l'elettore



di **MASSIMIANO BUCCHI**

Il tema della credibilità e qualità delle informazioni che circolano sul web e sui social, anche su argomenti legati a scienza e tecnologia, è oggi uno degli argomenti che più accendono il dibattito pubblico. Spesso, tuttavia, questo tema viene identificato in modo piuttosto specifico e riduttivo con il fenomeno delle cosiddette «fake news». Si diffondono così progetti, iniziative e corsi di formazione per «combattere le fake news» su temi quali il cambiamento climatico o le vaccinazioni; proposte di algoritmi per identificarle ed eliminarle in automatico.

Alcuni dati e considerazioni potrebbero aiutare a chiarire e affrontare in modo più costruttivo il tema.

In primo luogo, quanto è ampia la diffusione di contenuti informativi inaffidabili? Sulla base del dibattito contemporaneo si ha l'impressione che stiamo affogando in un mare di disinformazione e che le informazioni affidabili costituiscano l'eccezione, anziché la regola. Sulla base di un ampio studio dell'Agcom (Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni) su oltre 35 milioni di documenti, l'incidenza media di contenuti disinformativi è dell'1% sul totale delle news diffuse (al netto di alcuni picchi registrati in occasione degli appuntamenti elettorali). Quanta di questa disinformazione riguarda in specifico scienza

e tecnologia? Secondo i dati più aggiornati della stessa Agcom, i bersagli preferiti delle notizie fasulle sono la cronaca e lo spettacolo, che insieme rappresentano quasi la metà del totale delle «fake news». A temi di scienza e tecnologia fa invece riferimento circa il 15% dei contenuti di dubbia o scarsa qualità informativa. Stiamo parlando quindi del 15% dell'1%, ovvero dello 0,0015% di contenuti informativi inaffidabili su scienza e tecnologia.

Se questo è il quadro dell'offerta informativa, passiamo ad analizzare il versante della fruizione. Un diffuso stereotipo, complementare a quello della pioggia di notizie fasulle, descrive infatti l'opinione pubblica come sostanzialmente sprovvista e pronta a credere a qualsiasi cosa veda postata sui social. I nuovi dati dell'Osservatorio Scienza Tecnologia e Società (in uscita a breve con l'Annuario Scienza Tecnologia e Società 2020) ci dicono che in realtà il pubblico è piuttosto diffidente, forse proprio perché influenzato dagli stessi stereotipi di cui sopra. L'87% degli italiani (con un'ulteriore crescita rispetto al 75% di due anni fa) ritiene infatti che le notizie fasulle sul web o sui social siano in genere molto o abbastanza diffuse. Anche la sfiducia verso i contenuti di argomento medico-sanitario è piuttosto elevata e in crescita (dal 63% del 2017 al 75% di oggi), mentre è relativamente più contenuta la sensazione che il problema riguardi anche scienza e tecnologia (dal 55% del 2017 al 67% attuale).

I dati dell'Osservatorio ci aiutano inoltre ad approfondire un tema cruciale e spesso sottovalutato: quale sia l'effettiva importanza che si attribuisce a ciò che si legge sui social. Davvero leggere un contenuto fuorviante sul clima o sui vaccini si traduce in atteggiamenti e perfino in comportamenti direttamente conseguenti? E che cosa significa veramente mettere

«like» o perfino condividere un post? Significa dividerne davvero i contenuti oppure più semplicemente tenerli interessanti, curiosi, o magari perfino ridicoli? Si noti che i colossi che dominano il mercato dei social (Facebook, Twitter, YouTube) hanno ogni interesse a non approfondire questo punto, preferendo sbandierare di fronte alla propria clientela pubblicitaria i numeri da capogiro di visualizzazioni e like.

Quando si chiede agli italiani che cosa pensino delle discussioni su scienza e medicina presenti sui social, il risultato è piuttosto chiaro. Per il 45% «è giusto che tutti possano intervenire su questi temi, ma l'unico parere che conta è quello degli esperti». Il 19% è ancora più categorico: «su temi come questi dovrebbero esprimersi solo gli scienziati». Il 24% dà un giudizio generale drastico sulla qualità dei contenuti: «Sui social ci sono troppe chiacchiere a vanvera da parte di persone che non sanno nulla». Soltanto il 7% degli intervistati, all'opposto, ritiene che «solo consultando i social si riescono davvero a capire le cose; l'informazione su giornali e Tv è pilotata dai grandi interessi».

Un quadro analogo emerge anche da studi internazionali, e non solo in relazione a scienza e tecnologia. Un ampio studio della Northeastern University di Boston, pubblicato sulla rivista *Science*, dimostra che la condivisione di fake news su Twitter è estremamente limitata. Analizzando 16.000 utenti attivi durante la campagna pre-



Peso: 89%

sidenziale del 2016, lo studio evidenzia che lo 0.1% degli utenti ha condiviso più dell'80% delle fake news, e l'80% delle fake news è apparso nel feed dell'1% degli utenti: una piccola minoranza molto caratterizzata dal punto di vista demografico e ideologico.

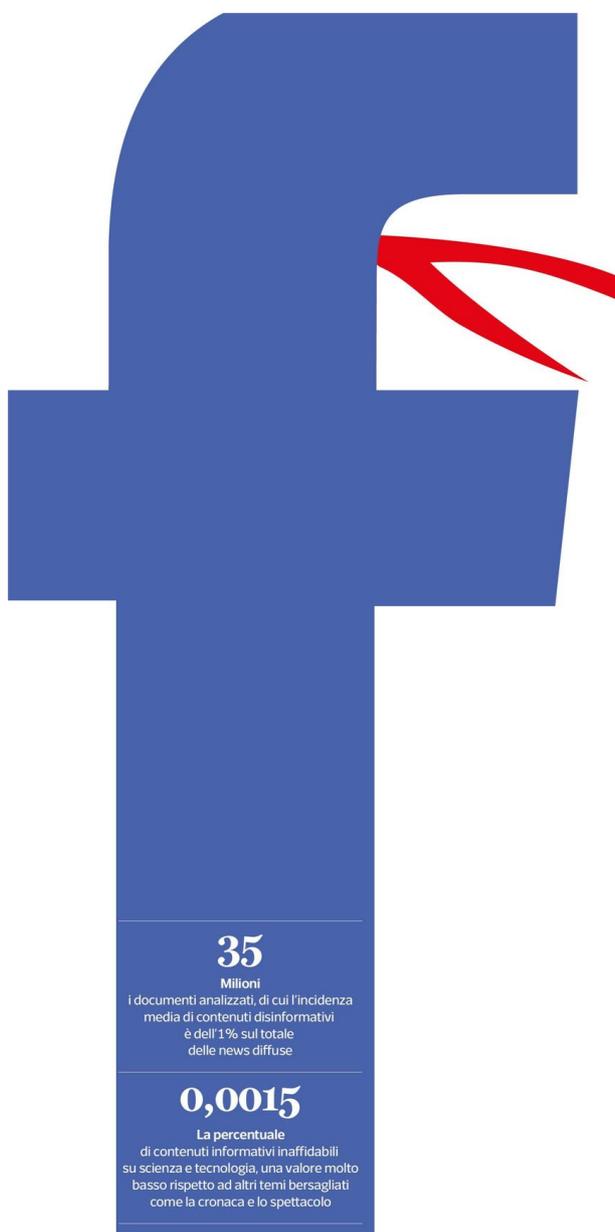
Questi dati e considerazioni non vanno, naturalmente, intesi come un invito a sottovalutare il problema della qualità dell'informazione su temi scientifico-tecnologici. Invitano però a valutare la qualità in modo più ampio e completo rispetto alle tanto chiacchierate fake news. Nel campo della comunicazione della scienza negli ultimi anni si è assistito a un grande cambiamento che non è legato solo alla diffusione dei media digitali, ma al crescente attivismo dei ricercatori e

delle istituzioni di ricerca che scavalcano la tradizionale mediazione e filtro dei canali informativi. Se questo da un lato offre altre opportunità al pubblico, dall'altro pone nuove domande. Che cosa ci offre ad esempio la pagina Facebook o il canale YouTube di una prestigiosa istituzione di ricerca in campo fisico o di un'agenzia aerospaziale? Lo stato dell'arte del settore, le notizie più rilevanti dal punto di vista internazionale o la promozione delle proprie attività a fini di visibilità? L'accuratezza è una delle dimensioni della qualità dell'informazione, ma certamente non l'unica.

Ma per affrontare questa sfida occorre in primo luogo inquadrare bene la natura e la dimensione dei problemi. Allarmismo e semplificazioni rischia-

no di diventare una classica «profezia che si autoadempie», alimentando un clima di diffidenza generalizzata verso tutta l'informazione con evidenti controindicazioni, soprattutto su temi come quelli medico-scientifici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Peso:89%