
LE PERCEZIONI DEGLI STUDENTI UNIVERSITARI SULLE FAKE-NEWS: UNA SPERIMENTAZIONE FORMATIVA ED EDUCATIVA

Corrado Petrucco, Cinzia Ferranti, Università degli studi di Padova, Italia

Il problema delle fake news nell'era dei Social Network

Il tema della veridicità e della verifica delle informazioni veicolate dai Social Network si è recentemente imposto all'attenzione nei contesti educativi e formativi. Un recente report relativo al mondo anglosassone ad esempio rileva la notevole difficoltà degli studenti nel giudicare in modo critico i contenuti dei flussi informativi a cui sono connessi (McGrew et al., 2017). È notevole rilevare però come il problema sia avvertito, oltre che dalle generazioni più giovani, anche tra le fasce di età più alte che hanno ormai eguagliato i loro modelli comportamentali nell'utilizzo degli strumenti del Web 2.0 e sono diventati sempre più simili a quelle più giovani. I social network stanno diventando infatti una delle più importanti fonti di informazione in tutte le fasce di età: Facebook ad esempio è utilizzato dal 35% degli italiani e la percentuale sale al 48% tra i giovani che lo considerano comunque la più importante fonte informativa a cui fanno riferimento (Rapporto Censis, 2017), mentre i media tradizionali perdono costantemente terreno.

Più della metà degli italiani (52%) ha almeno una volta preso per vere notizie in realtà false provenienti dalla Rete. È interessante constatare che il dato non sia molto legato al livello di istruzione poiché rimane pressoché uguale (51%), ma sale fino al 58% tra i più giovani. Dal punto di vista della percezione del rischio relativo alle fake-news, la maggioranza gli italiani (78%) lo ritiene reale e potenzialmente grave. Per quanto riguarda l'intenzionalità e l'origine delle false notizie, i pareri sono unanimi nel ritenere il fenomeno per lo più come politicamente connotato: anche se tutti concordano che la maggior parte delle news probabilmente sono diffuse da persone o organizzazioni con finalità ben precise, e sono soprattutto le persone più istruite a pensare che esse siano uno strumento per influenzare l'opinione pubblica (74%). La maggior parte degli italiani dichiara comunque di aver fiducia nella propria capacità di riconoscere le notizie false (61% abbastanza e 19% molto) (LaRiCA-Università di Urbino, 2017). Nel contesto italiano gli intervistati dichiarano di credere più a blog e motori di ricerca (62%) che ai giornalisti di carta stampata, radio e TV (48%) (Osservatorio News Italia, LaRiCA-Università di Urbino, 2017). Da questo punto di vista, possiamo quindi dire che nonostante venga percepito il rischio di imbattersi in fake-news, l'influenza dei Social supera comunque di gran lunga quella dei media tradizionali. Interessante anche notare che le notizie sono percepite non più in modo omogeneo, ma come elementi mescolati assieme ad altri contenuti di altre fonti online (The Media Insight Project, 2016).

Cosa sono le fake-news e perchè ci crediamo

Il termine “fake-news” in realtà può assumere significati differenti relativamente al fatto che venga interpretato come *mis*-informazione ovvero l'involontaria diffusione di informazioni false o non corrette oppure come *dis*-informazione vera e propria, ovvero la deliberata creazione e diffusione di informazioni false con una precisa intenzionalità o infine anche come *mal*-informazione: ovvero informazione basata su fatti certamente reali ma che viene usata per colpire persone o organizzazioni (Wardle, 2017). Alcune recenti ricerche sul tema hanno rilevato che molte delle nostre decisioni di dare credito ad informazioni o notizie, indipendentemente dal contesto virtuale o reale nel quale ne veniamo in contatto, dipendono poco dalla razionalità, ma molto dalle cosiddette “shared group-level narratives” (Sloman & Fernbach, 2017) ovvero dalle persone o dai gruppi di cui accettiamo le eventuali affermazioni senza sentire il bisogno di una particolare verifica. Quindi la nostra percezione delle veridicità delle (fake) news dipende molto più dal grado di fiducia che poniamo nella fonte di informazioni e quindi nei processi sociali-relazionali piuttosto che da processi razionali di verifica (Metzger et al., 2010) (Berinsky, 2017). Il ruolo quindi di amici, parenti e conoscenti, di cui ci fidiamo, è in questo senso fondamentale (Southwell, 2013). Ancora più importante il fatto che preferiamo selezionare e credere a informazioni che confermano le nostre credenze, (il cosiddetto “confirmation bias”) piuttosto che a quelle che le contraddicono (Sunstein et al., 2016) e ciò fa sì che costruiamo attorno a noi una vera e propria “bolla di filtraggio” informativa costituita dai nostri preconcetti (Pariser, 2011) che si rivelano poi molto difficili da demolire (Weeks, 2015).

Per una educazione al pensiero critico nella valutazione delle informazioni online

La letteratura di ricerca sul tema della selezione/valutazione e comunicazione delle informazioni è abbastanza concorde a rilevare che gli studenti molto spesso non riescono a raggiungere degli adeguati livelli di padronanza nella selezione e valutazione: ciò sembra dovuto al fatto che le competenze di tipo metacognitivo sono le meno sviluppate (vedi ad es. Ilomäki et al., 2016), mentre dal punto di vista tecnico-operativo non hanno grossi problemi nell'utilizzo degli strumenti come ad esempio i motori di ricerca. Nei contesti formativi ed educativi è importante perciò favorire lo sviluppo del critical thinking (Eales-Reynolds et al., 2013) che aiuta gli studenti a decidere se le fonti da cui provengono le informazioni trovate in Rete siano o meno valide ed affidabili o se i contenuti esaminati siano supportati effettivamente da dati o statistiche. Attività formative ed educative in questo senso sono molto importanti anche per gestire la quantità e la qualità del flusso di informativo a cui gli studenti sono quotidianamente sottoposti e non per non essere soggetti a forme di “l'information overload” a livello cognitivo (Khalid, Saeed, & Syed, 2016) o di l'”information anxiety” a livello emotivo (Bawden & Robinson, 2009).

Il tema della selezione e valutazione critica delle informazioni è presente nella Raccomandazione del Parlamento Europeo DIGCOMP-Digital Competence Framework

(Ferrari et al., 2013). In particolare, la sua versione più recente Digicomp 2.1 (Carretero, Vuorikari, & Punie, 2017) presenta una tassonomia per lo sviluppo della competenza digitale con indicazioni dettagliate sulle singole dimensioni che la compongono. La prima è proprio la “Information e data Literacy” che si compone di due sotto aree, la 1.1 “Browsing, searching and filtering data, information and digital content” e la 1.2 “Evaluating data, information and digital content” (Troia, 2017). Il framework DigComp può essere usato come riferimento per costruire delle dettagliate rubric (Reddy & Andrade, 2010) per valutare una o più competenze digitali in modo analitico e preciso. La maggior parte degli approcci valutativi alle Competenze Digitali risente però di criticità importanti relative alla scelta dello strumento che si intende utilizzare per la valutazione: test, quiz e questionari tradizionali, non riescono a cogliere la complessità delle dimensioni e dei processi che entrano in gioco nel momento in cui lo studente esce dal contesto formale della scuola o dell’Università e si trova in una situazione problematica reale. Per cui devono trovare spazio forme di authentic assessment (Wiggins, 1998) molto più simili a situazioni reali e ai contesti di vita e di lavoro.

Nella nostra sperimentazione abbiamo voluto perciò coinvolgere gli studenti in una vera e propria attività reale di fact-checking su news presenti sui social e nei media relative ad alcune tematiche di attualità sociale e politica caratterizzate da un livello emozionale importante quali ad esempio l’immigrazione, le ragioni per cui i giovani emigrano all’estero, la legittima difesa.

Gli effetti della sperimentazione educativa e formativa sul fact-checking e le fake-news in un corso universitario: dati quali-quantitativi

All’interno del laboratorio dedicato allo sviluppo delle competenze digitali e all’information literacy, si è quindi proposta una attività formativa sull’Information Literacy e sul fact-checking, da svolgere in modalità blended (in presenza e a distanza) attraverso la piattaforma Moodle. Al termine dell’insegnamento è stato proposto un questionario a cui hanno risposto n=21 (M=0; F=21) studenti. Sono stati rilevati alcuni dati riferiti a prima e dopo l’attività di formazione mirati a comprendere il grado di cambiamento avvenuto attraverso la specifica azione formativa. Ogni domanda del questionario proposto agli studenti è composto da una scala likert a 5, dove 1 corrisponde a “per niente” e 5 a “moltissimo”. Per alcune domande sono riportati media e moda di ogni item riferito a prima e dopo la frequenza del corso.

La prima domanda riguarda la modifica della percezione sull’accuratezza e l’affidabilità delle informazioni presenti sul web (siti, blog, testate, wikipedia, social software, ecc). Si può notare che prima del corso la percezione del web era di una media accuratezza (MEDIA =3 e MODA =3) mentre a fine corso diminuisce (MEDIA =2.71 e MODA =2). Questo significa che l’attività formativa ha in parte diminuito la percezione di accuratezza e affidabilità delle informazioni su web, avendo fornito agli studenti degli strumenti di consapevolezza maggiore nella valutazione delle informazioni.

Dopo l'esperienza che hai fatto, quante delle informazioni che trovi su Web pensi siano accurate o affidabili?

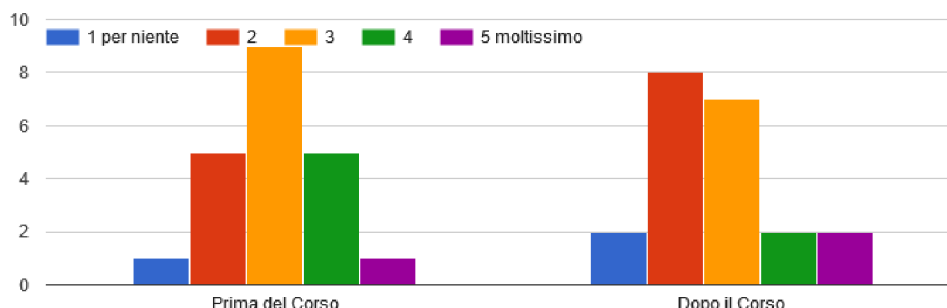


Grafico 1. Percezione di accuratezza e affidabilità delle informazioni su Web

Nel set di domande relative all'importanza attribuita ai vari attributi dell'informazione, ovvero: autorevolezza, accuratezza, completezza e aggiornamento, si può notare che il valore attribuito a tali aspetti dell'informazione nel web è aumentato notevolmente passando da medie comprese tra 2.76 e 2.90 in entrata a medie comprese tra 4.43 e 4.52 in uscita, e portando la moda pari 5 su tutti gli item (Tabella 1).

Tabella 1: Importanza della autorevolezza, accuratezza, completezza e aggiornamento (dati in entrata e in uscita)

Item su autorevolezza, accuratezza, completezza e aggiornamento	MEDIA entrata	MEDIA uscita	MODA entrata	MODA uscita
Quando cerchi sul web, quanto ritieni importante valutare la autorevolezza della fonte?	2.76	4.43	3	5
Quando cerchi sul web, quanto ritieni importante valutare l'accuratezza delle informazioni?	2.90	4.52	3	5
Quando cerchi sul web, quanto ritieni importante valutare la completezza delle informazioni?	2.86	4.48	2	5
Quando cerchi sul web, quanto ritieni importante valutare l'aggiornamento delle informazioni?	2.86	4.48	3	5

Per quanto riguarda la frequenza con la quale gli studenti percepiscono di incorrere in fake-news, quasi la metà degli studenti dichiara che si è imbattuta raramente in notizie rivelatesi in seguito false, mentre circa il 48% dichiara una frequenza maggiore e il 14% addirittura quotidiana.

Le Percezioni degli Studenti Universitari Sulle Fake-News: Una Sperimentazione Formativa ed Educativa

Corrado Petrucco, Cinzia Ferranti

Ti sei mai imbattuto in notizie che si sono in seguito rivelate false?

21 responses

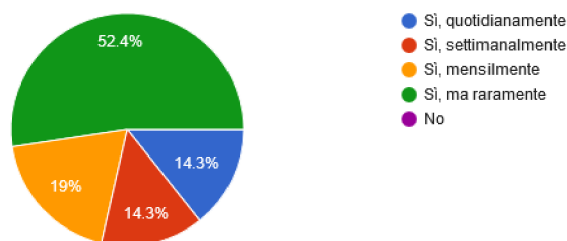


Grafico 2. Percezione della frequenza di incontri delle fake-news

In genere si ritiene che i mezzi di comunicazione online siano maggiormente deputati a diffondere notizie false e che vi siano alcuni motivi specifici alla base. Gli studenti, quasi unanimemente, ritengono che questo avvenga per le seguenti ragioni: mancanza di verifica della notizia, sfruttamento delle emozioni del lettore, fini economici, e fini politici. Il gruppo ha opinioni contrastanti invece sul fatto che sia difficile individuare fake-news (Tabella 2).

Tabella 2: Ragioni della diffusione online di fake-news

Item sui mezzi di comunicazione e fake news	SI	NO
In generale vi è la convinzione che la diffusione di notizie false avvenga più facilmente attraverso i mezzi di comunicazione online. Indica se concordi o meno con le seguenti affermazioni:		
Le notizie sui social media vengono condivise senza una verifica preliminare	20	1
Le notizie false cercano di sfruttare le emozioni del lettore	21	0
Le notizie false sono concepite per generare introiti pubblicitari (esche digitali)	20	1
È difficile individuare le notizie false	12	9
Alcuni paesi o gruppi cercano di orientare il dibattito pubblico mediante la diffusione strategica di notizie false	19	2
Non credo che la diffusione di notizie false avvenga più facilmente attraverso i mezzi di comunicazione online	5	16

Molto interessanti le opinioni sui soggetti che potrebbero intervenire per diminuire il grado di disinformazione online. Secondo gli studenti, che potevano scegliere più di una risposta, il sistema d'istruzione (Scuola e Università – 95.2%) e le autorità pubbliche come ad esempio UE, governi nazionali, autorità competenti (81%) dovrebbero intervenire in quanto soggetti principali di azioni informative ed educative sul tema della disinformazione generata dalle fake-news. Seguono in ordine decrescente di preferenza: i mezzi di comunicazione (61.9%), i cittadini (42.9%), le organizzazioni della società civile (28.6%) e le piattaforme online (19%). Infine gli studenti hanno espresso una valutazione dell'efficacia di alcune azioni adottate dal sistema di istruzione e dalle organizzazioni per arginare le notizie false. Le risposte con relativa media e moda sono raccolte in Tabella 3:

Tabella 3: Valutazione delle azioni per contrastare la diffusione di notizie false

Item sulla valutazione dell'efficacia	MEDIA	MODA
---------------------------------------	-------	------

Quanto sarebbero efficaci le seguenti azioni adottate dal sistema educativo/formativo (Scuola e Università) e altre organizzazioni per favorire le informazioni affidabili e contrastare quelle false?		
Investire di più in nuove forme di giornalismo (ad es. giornalismo investigativo basato sui dati) per offrire informazioni affidabili e accattivanti	3.90	4
Aumentare la cooperazione con altre organizzazioni del settore dei media	4.00	4
Aiutare i lettori a sviluppare competenze in materia di alfabetizzazione mediatica in modo da avere un approccio critico alle notizie online	4.43	5
Aiutare i lettori a valutare le informazioni quando e dove le leggono (ad es. link alle fonti)	4.52	5
Sostenere le organizzazioni della società civile e le piattaforme partecipative (ad es. utilizzando il modello di Wikipedia/Wikinews) per migliorare il monitoraggio e lo smascheramento delle notizie false	4.24	5
Investire in soluzioni tecnologiche per rafforzare la loro capacità di verifica dei contenuti, in particolare per i contenuti generati dagli utenti, in modo da non contribuire alla proliferazione di notizie false.	4.33	5

Davvero interessante il quadro delle risposte per chi si occupa di progettare o promuovere azioni di sensibilizzazione e formazioni su questi temi. Considerando che mediamente le opzioni mostrate agli studenti si sono rivelate tutte prese in alta considerazione, va notato che risulta molto importante (con una MEDIA= 4.52) saper aiutare i lettori a valutare le informazioni quando e dove le leggono, ad esempio citando e inserendo il link alle fonti, un'azione che richiama l'impegno di tutti, frequentatori del web dove ognuno può leggere e scrivere, non solo di esperti e gli attori della comunicazione.

Conclusioni

Forse uno dei risultati più interessanti dell'indagine è che la maggior parte degli studenti (più dell'80%) utilizza come elemento discriminante per il giudizio di affidabilità delle informazioni soprattutto la fiducia e la reputazione attribuita alla fonte (persone o istituzioni), e conferma anche la teoria delle "shared narratives" (Sloman & Fernbach, 2017) perché dichiara di cercare conferme alle informazioni sentendo le opinioni da amici o colleghi.

Altro elemento importante da rilevare è come vi sia una forte richiesta da parte degli studenti per una formazione alla fruizione critica delle informazioni e non solo di quelle online. Il fatto che ben l'85% non crede che le fake-news appartengano solo al Web e ai Social è effettivamente un indice che vede la richiesta di una educazione che ponga più attenzione allo sviluppo di un atteggiamento critico verso tutti i flussi informativi dei contesti di vita e di lavoro, indipendentemente dai media utilizzati. È infine consolante, ma anche stimolo ad una grande responsabilità per tutti gli attori della formazione, rilevare che ben il 95% degli studenti indichi la scuola e l'Università come le istituzioni più indicate per attuarla.

Bibliografia

1. Bawden, D., & Robinson, L. (2015). *Introduction to information science*. Facet Publishing.
2. Berinsky, A. (2017). Rumors and Health Care Reform: Experiments in Political disinformation. *The British Journal of Political Science*.

Le Percezioni degli Studenti Universitari Sulle Fake-News: Una Sperimentazione Formativa ed Educativa

Corrado Petrucco, Cinzia Ferranti

3. Carretero, S., Vuorikari, R., & Punie, Y. (2017). *DigComp 2.1: The Digital Competence Framework for Citizens with eight proficiency levels and examples of use* (No. JRC106281). Joint Research Centre (Seville site).
4. CENSIS (2017). *Quattordicesimo rapporto sulla comunicazione. I media e il nuovo immaginario collettivo*. Franco Angeli ed.
5. Eales-Reynolds, L. J., Judge, B., McCreery, E., & Jones, P. (2013). *Critical thinking skills for education students*. Learning Matters.
6. Ilomäki, L., Paavola, S., Lakkala, M., & Kantosalo, A. (2016). Digital competence—an emergent boundary concept for policy and educational research. *Education and Information Technologies*, 21(3), 655-679.
7. Khalid, S., Saeed, M., & Syed, S. (2016). Impact of Information Overload on Students' Learning: An Empirical Approach. *FWU Journal of Social Sciences*, 10(1), 58.
8. LaRiCa – Università degli studi di Urbino (2017). News-Italia – Osservatorio sulle nuove forme di consumo di informazione e sulle trasformazioni ell'ecosistema mediale Report di ricerca “Le fake-news sono un problema” a cura di Mazzoli, L., Giglietto F., Carabini F., Marino G., https://newsitaliadotorg.files.wordpress.com/2017/09/larica_fakenews.pdf
9. McGrew, S., Ortega, T., Breakstone, J., & Wineburg, S. (2017). *The Challenge That's Bigger Than Fake News: Teaching Students to Engage in Civic Online Reasoning*. American Educator.
10. Metzger, M. J., Flanagin, A. J., & Medders, R. B. (2010). Social and Heuristic Approachesto Credibility Evaluation Online. *Journal of Communication*, 60(3), 413-439.
11. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.
12. Reddy, Y. M., & Andrade, H. (2010). A review of rubric use in higher education. *Assessment & evaluation in higher education*, 35(4), 435-448.
13. Sloman, S., & Fernbach, P. (2017). *The knowledge illusion: Why we never think alone*. Penguin.
14. Southwell, B. G. (2013). *Social networks and popular understanding of science and health: Sharing disparities*. JHU Press.
15. Sunstein, C. R., Bobadilla-Suarez, S., Lazzaro, S. C., & Sharot, T. (2016). *How People Update Beliefs about Climate Change: Good News and Bad News*. Rochester, NY: Social Science Research Network.
16. The Media Insight Project (2016). <http://www.mediainsight.org/Pages/a-new-understanding-what-makes-people-trust-and-rely-on-news.aspx>
17. Troia, S. (2017). *DigComp 2.1: presentazione del modello in italiano*. Cittadinanza Digitale.eu <http://www.cittadinanzadigitale.eu/blog/2017/11/23/digcomp-2-1/> visitato il Jan 2018.

18. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *INFORMATION DISORDER: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. European Council.
19. Weeks, B. E. (2015). Emotions, partisanship, and misperceptions: How anger and anxiety moderate the effect of partisan bias on susceptibility to political misinformation. *Journal of Communication*, 65(4), 699-719.
20. Wiggins, G. (1998). *Educative Assessment. Designing Assessments To Inform and Improve Student Performance*. Jossey-Bass Publishers, 350 Sansome Street, San Francisco, CA 94104.

Attribuzioni

Corrado Petrucco ha scritto i par. 1,2,3 e 5; Cinzia Ferranti il par 4.