

23 aprile 2021 10:39

**ITALIA: Fakenews e pandemia. Rapporto Censis**

Ben 29 milioni di italiani durante l'emergenza sanitaria hanno trovato su web e sui social media notizie che poi si sono rivelate false o sbagliate. E' quanto rivela il rapporto Ital Communications-Censis 'Disinformazione e fake news durante la pandemia: il ruolo delle agenzie di comunicazione', presentato stamattina a Palazzo Madama. Con la pandemia, spiega l'indagine, il sistema dei media ha moltiplicato la propria offerta, una vera e propria 'infodemia comunicativa', con il web che ha allargato la platea del mondo dell'informazione portando piu' liberta', piu' protagonismo, piu' notizie, ma anche meno intermediazione e controlli sulla qualita' e la veridicita' delle news. Un sovraffollamento comunicativo che ha aumentato il rischio di generare ansia, allarme sociale e visioni distorte della realta', conseguenze tanto piu' diffuse quanto piu' le notizie sono specialistiche, settoriali, di difficile interpretazione e hanno delle ripercussioni sui comportamenti collettivi: e' appunto il caso delle regole da seguire per la prevenzione, la diagnosi e la cura del Covid-19. "Basti pensare che 50 milioni di italiani, pari al 99,4% degli italiani adulti, hanno cercato informazioni sulla pandemia da diverse fonti, informali e non, creando un proprio personale palinsesto informativo in cui media tradizionali e social media hanno avuto uno spazio rilevante", segnala il rapporto.

Al primo posto, 38 milioni di italiani hanno cercato informazioni sul Covid-19 sui media tradizionali, come televisione, radio, stampa. Seguono i siti internet di fonte ufficiale, primi tra tutti quelli della Protezione Civile e dell'Istituto Superiore della Sanita', cui 26 milioni di italiani si sono rivolti per avere un'informazione attendibile su contagi, ospedalizzazioni, decessi. Al terzo posto, circa 15 milioni di italiani, hanno consultato i social network. Al medico di medicina generale si e' rivolto un italiano su quattro, 12,6 milioni in valore assoluto, mentre oltre 5,5 milioni hanno chiesto aiuto a un medico specialista e 4,5 milioni a un farmacista di fiducia. Dalla potenza informativa dei media tradizionali e del web sono rimasti esclusi solo 3,7 milioni di italiani, il 7,4% del totale: di questi, 3,4 milioni hanno consultato altre fonti e 300mila sono rimasti completamente fuori da qualunque informazione. Il risultato e' stato un eccesso di flussi informativi generali, contraddittori e che in molti casi sono stati solo generatori di ansia. Tra i piu' giovani sono molto elevate le quote di chi ritiene che la comunicazione sia stata sbagliata (14,1% per i 18-34enni e 3,7% per gli over 65enni, a fronte di una media del 10,6%), e addirittura pessima (14,6% tra i millennials, 3,2% tra i longevi). La comunicazione confusa sul virus, anziche' rendere gli italiani piu' consapevoli, ha veicolato paura: e' di questa opinione il 65,0% degli italiani, quota che cresce tra i soggetti piu' deboli, arrivando al 72,5% tra gli over 65enni e al 79,7% tra chi ha al massimo la licenza media.

Per arginare la proliferazione delle fake news servono misure che pongano in primo piano la responsabilizzazione dei diversi attori che si muovono sul web: il 52,2% degli italiani pone l'accento sull'obbligo da parte delle piattaforme di rimuovere le false notizie, mentre il 41,5% ritiene che i social media debbano attivare dei sistemi di controllo (fact checking) delle notizie pubblicate. Prioritario, poi, avviare campagne di sensibilizzazione e prevenzione sull'uso consapevole dei social. Regno incontrastato delle bufale e delle fake news diffuse con la bulimia comunicativa al tempo del Covid e' stata la rete. Sono 29 milioni (il 57,0% del totale) gli italiani che durante l'emergenza sanitaria hanno trovato su web e sui social media notizie che poi si sono rivelate false o sbagliate su origini, modalita' di contagio, sintomi, misure di distanziamento o cure relativi a Covid-19. Effetti evidenti e preoccupanti, molto pericolosi, di una comunicazione senza intermediazione, in cui sono venute meno le barriere d'accesso e mancano i filtri per la verifica o il discernimento di qualita' delle notizie.

(agenzia Dire)

**CHI PAGA ADUC**

l'associazione non **percepisce ed è contraria ai finanziamenti pubblici** (anche il 5 per mille)

**[La sua forza sono iscrizioni e contributi donati da chi la ritiene utile](#)**

**DONA ORA (<http://www.aduc.it/info/sostienici.php>)**