28 dicembre 2021 14:14

ITALIA: 14,5 milioni usano Facebook per informarsi. Censis

È stato presentato l'Osservatorio permanente Censis-Ital Communications sulle Agenzie di comunicazione in Italia da cui emerge che 14 milioni e mezzo di italiani (il 30,1% dei 14-80enni) utilizzano Facebook per avere notizie, con quote che raggiungono il 41,2% tra i laureati, il 39,5% dei soggetti con età compresa fra 30 e 44 anni, il 33% delle donne. E non c'è solo Facebook: il 12,6% della popolazione acquisisce informazioni su YouTube (e la quota è del 18% tra i giovani) e il 3% su Twitter (5% tra i più giovani). In genere i social sono utilizzati in combinazione con altre fonti informative. Ci sono, tuttavia, 4 milioni e mezzo di italiani che si informano solo sui social network e che sono particolarmente esposti alle fake news, che finiscono per influenzare la loro visione del mondo e condizionarne le scelte. Se il web durante la pandemia ha consentito agli italiani di costruirsi una nuova quotidianità digitale, non mancano però gli aspetti contraddittori dell'utilizzo della rete, alcuni dei quali hanno un impatto diretto su informazione e fake news. Il 55,1% degli italiani è convinto che il digitale fomenti l'odio, il rancore, la conflittualità, con quote che arrivano al 58,9% tra le donne e al 58,4% tra i giovani under 34; e il 22,6% ha paura di cadere vittima degli haters. Un evento inaspettato come l'epidemia da Covid-19 ha scatenato la domanda di informazione a livello globale. Secondo una recente indagine di Eurobarometro, il 61% dei cittadini europei ritiene che la più attendibile fonte di informazione sui vaccini siano virologi, medici e personale sanitario, ma tra i no vax la quota scende al 32%; il 44% dei cittadini della Ue fa affidamento su quanto comunica l'autorità sanitaria nazionale, ma tra i no vax la quota è del 12%. Il 10% di chi non è vaccinato attribuisce fiducia ai siti web per l'informazione sui vaccini e l'8% ai social network contro il 5% della popolazione. Significativo che il 41% di chi ha deciso di non vaccinarsi non giudichi affidabile nessuna fonte informativa. Oltre la metà degli italiani (54,2%) ritiene positiva la presenza mediatica degli esperti nei vari campi della medicina. I giudizi sono invece negativi per il restante 45,8%, in quanto virologi ed epidemiologi hanno creato confusione e disorientamento (34,4%) o sono stati addirittura dannosi, perché hanno provocato allarme (11,4%). In tal senso, l'86,8% degli italiani segnala che le notizie che viaggiano sul web dovrebbero essere sottoposte a regole e controlli più stringenti, a garanzia dell'utente e della qualità dell'informazione, chiamando in causa i gestori dei social network. L'intervento più urgente per arginare il proliferare di fake news sul web, segnalato dal 56,2% degli italiani, è quello di prevedere pene più severe per chi diffonde deliberatamente false notizie.

Il Covid-19 ha posto l'attenzione sui vantaggi delle tecnologie digitali, ma ha anche rimarcato i rischi che si annidano in una comunicazione senza filtri, proliferante, disordinata, che ha nel web l'epicentro del pericolo di disinformazione e di circolazione di fake news. L'86,4% degli italiani sa che per avere un'informazione di qualità è meglio affidarsi ai quotidiani di carta e online, radio e televisione dove lavorano professionisti, piuttosto che ai social network, dove chiunque è libero di produrre e diffondere le notizie. Non è un caso che il 74,5% degli italiani pensa che la televisione sia molto o abbastanza affidabile, mentre solo il 34,3% giudica affidabili i social network. Secondo Attilio Lombardi, founder di ITAL COMMUNICATIONS: "La pandemia ha plasticamente messo in luce tutti i vantaggi della tecnologia digitale, evidenziando al contempo il pericolo di informarsi sui social network. In tal senso, uno dei dati più significativi dell'Osservatorio CENSIS-ITAL COMMUNICATIONS sulle Agenzie di comunicazione in Italia è quello secondo cui 4,5 milioni di italiani si informano solo su tali piattaforme digitali. In tal modo, il rischio è quello di rifugiarsi in una sorta di spazio chiuso in cui si apprendono notizie solo sulla base delle proprie tendenze e inclinazioni, a scapito della capacità di discernimento rispetto a quello che accade intorno a noi. È, quindi, fondamentale la funzione delle agenzie di comunicazione che svolgono un ruolo di garante della qualità e dell'attendibilità dei flussi informativi, poiché utilizzano canali di produzione e distribuzione delle notizie verificati e di alto profilo". Per Massimiliano Valerii, Direttore Generale del CENSIS: "Gli utenti devono essere liberi di navigare sul web, ma bisogna proteggerli da fake news e disinformazione, che impattano sui singoli e sulla collettività. La pandemia ha scatenato un'infodemia comunicativa che ha alimentato anche false informazioni sulla malattia e sui vaccini determinando comportamenti che hanno un impatto decisivo sull'andamento dei contagi. Quanto accaduto rivela che anche sul web sono necessari regole e professionisti per garantire buona comunicazione".
(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**)**