

Bruxelles, 9 settembre 2021

Prefazione

Nella trasformazione digitale

L'impatto sociale, economico, culturale e politico del cambiamento digitale nell'istruzione e nell'apprendimento

La digitalizzazione è una parte essenziale della nostra vita in tutte le dimensioni. Molte persone pensano che sia un processo tecnologico, vale a dire che si tratta principalmente di server di computer, algoritmi, Internet e simili. Ma questa è solo metà della verità. Ad esempio, è difficile separare la digitalizzazione da quasi tutte le attività della nostra vita. Quando acquistiamo online: siamo online o stiamo facendo acquisti? Quando giochiamo al computer, stiamo giocando o siamo al computer? E quando siamo attivi nei social media, siamo sia social che attivi in un mezzo elettronico. Inoltre, il nostro sistema sanitario è già digitalizzato, l'inquinamento del pianeta è, in misura crescente, causato dalla tecnologia digitale e attività come la navigazione in auto o la collaborazione nella società civile sono sempre più facilitate dalla tecnologia digitale.

Questo esempio cerca di sottolineare che ciò che in definitiva intendiamo per "digitalizzazione" dipende molto da come affrontiamo l'argomento. Dopotutto è possibile impegnarsi in tutte le suddette attività senza le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC). In questo senso, preferiamo il termine trasformazione digitale, perché spiega un processo sociale, culturale o economico in cui le cose sono fatte in modo apparentemente diverso, reso possibile dalle tecnologie dell'informazione e della comunicazione. In questo senso, l'educazione alla trasformazione digitale è imparare a conoscere i processi sociali, economici e culturali e a comprendere le differenze causate dalla tecnologia. Pertanto, nell'approfondimento dell'argomento, è importante:

1. Osservare sia la tecnologia che la natura delle attività economiche, sociali e culturali, ad esempio, cosa facciamo in diversi ruoli sociali come clienti digitali, attivisti digitali, lavoratori digitali e cittadini digitali.
2. Interessati alla differenza che la digitalizzazione apporta a tali attività. Cosa sta cambiando grazie alle nuove tecnologie? Che impatto ha sulla società?

Non esiste un problema eccessivamente complesso per l'istruzione

Molta curiosità e preoccupazioni crescenti riguardo alla digitalizzazione di oggi hanno a che fare con la sua "sala macchine": l'affascinante infrastruttura globale di Internet, i suoi enormi costi e la fame di energia, Big Data, AI e il crescente valore economico delle piattaforme digitali.

In particolare, la crescita di nuove tipologie di piattaforme, alimentate da modelli di business digitali che sfruttano con successo gli utenti, è un fenomeno ampiamente visibile di questa

nuova configurazione tecnologica ed economica. Di conseguenza, i loro utenti sono allo stesso tempo soggetti e oggetti del cambiamento digitale. Vivono le opportunità messe a disposizione attraverso nuove forme di interazione mediate dalla piattaforma, ma si sentono anche a disagio poiché sono anche simmetricamente influenzati nel loro ruolo di soggetti autonomi. Il diritto all'informazione indipendente, alla privacy e alla sicurezza non sono, da questo punto di vista, ancora sufficientemente rispettati nella sfera digitale.

Anche la migrazione di parti sostanziali dei processi lavorativi e comunicativi verso la sfera digitale negli ultimi decenni è allo stesso tempo un vantaggio e una sfida. Un aspetto è la padronanza tecnica: accesso alla tecnologia attuale e capacità di usarla in modo competente. Un aspetto più fondamentale è che il "sé digitale" sta completando l'identità analogica delle persone.

Le loro tracce digitali stanno accompagnando la vita delle persone con relative conseguenze per i loro diversi ruoli sociali come soggetti privati, dipendenti e cittadini.

Sentirsi sovraccaricati da tutte le sfide e le preoccupazioni associate è un cattivo prerequisito per l'apprendimento e una cattiva base per considerare future decisioni personali e sociali. È giunto il momento che l'educazione degli adulti e l'animazione socio-educativa facciano qualcosa contro questa spada a doppio taglio. In particolare, l'educazione alla cittadinanza degli adulti ha molta esperienza nell'insegnamento di problematiche sociali complesse e potrebbe trasferire la sua metodologia e il suo approccio al tema della trasformazione digitale. Sappiamo, per esempio, che nessuno ha bisogno di essere un economista per essere in grado di co-decidere sulle decisioni politiche che interessano l'economia. Siamo anche in grado di comprendere l'impatto sociale di automobili, nonostante una conoscenza molto limitata dell'ingegneria automobilistica. Considerando che è possibile acquisire conoscenze sulla trasformazione digitale, non potremmo nemmeno divertirci a conoscere i Big Data, la robotica, gli algoritmi o l'Internet di domani in modo simile al modo in cui discutiamo appassionatamente di questioni politiche come i trasporti, l'ecologia o la democrazia?

Non dobbiamo, tuttavia, essere accecati dalla complessità tecnica della trasformazione digitale. È importante prestare maggiore attenzione alla dimensione sociale, alle intenzioni che stanno dietro a una tecnologia, esplorandone gli effetti e le normative.

Sebbene non abbiano familiarità con tutti i dettagli tecnici o legali, la maggior parte delle persone intuisce che è sconsigliato fornire informazioni personali senza consenso. Supponiamo cosa dovrebbe comportare il diritto alla privacy e cosa distingue le decisioni consapevoli da quelle non informate e, nel nostro mondo analogico, scoraggiamo i "venditori di auto usate" della nostra società dal prendere in giro clienti ignari. Dopotutto, la maggior parte di noi ha sperimentato il disagio di essere stata ingannata a causa della mancata comprensione della stampa fine.

Se trasferiamo questa intuizione a una pedagogia della trasformazione digitale, dobbiamo ammettere che dovremmo anche essere disposti a esplorare nuovi aspetti della dimensione tecnica come l'elaborazione dei dati o i meccanismi di spinta nelle piattaforme online. Ma questa non è l'unica priorità! La cosa più importante è che sappiamo quali sono i nostri diritti e basi etiche e come si relazionano ai nuovi contesti digitali e siamo in grado di agire di conseguenza. Queste domande non sono solo legate alla privacy e alla sicurezza, poiché apparentemente nessun aspetto della vita sociale è inalterato dalla trasformazione digitale. Utilizzando questa base, potremo esplorare ulteriormente i potenziali e i rischi della digitalizzazione nel contesto, valutandone l'impatto. I diritti personali, ad esempio, comportano problemi di privacy, ma la trasformazione digitale ha anche portato a nuove opportunità di co-creazione, migliore informazione o coinvolgimento dei cittadini nei processi decisionali. Su

questa base, siamo quindi in grado di definire le condizioni e le regole in base alle quali alcune pratiche digitali dovrebbero essere implementate o limitate.

Inoltre, sarà una sfida creativa immaginare la tecnologia che vogliamo sviluppare come società e cosa ci aiuterà ad avviare attività sociali, economiche e culturali cambiamenti in futuro. A questo proposito, è anche importante sviluppare una visione dei cosiddetti "divari di competenze" e "divari digitali" che le persone possono incontrare quando padroneggiano la digitalizzazione. Qual è lo scopo di definire un divario; per chi è rilevante il divario; nell'interesse di chi è argomentare il rischio delle lacune in contrapposizione ai loro benefici?

Perché la democrazia e l'apprendimento basato sui diritti fanno la differenza

L'essenza di una definizione di democrazia e di educazione basata sui diritti può essere trovata nella Dichiarazione del Consiglio d'Europa sull'Educazione alla Cittadinanza Democratica (EDC), che è "istruzione, formazione, sensibilizzazione, informazione, pratiche e attività che mirano, fornendo agli studenti conoscenze, abilità e comprensione e sviluppando i loro atteggiamenti e comportamenti, per consentire loro di esercitare e difendere i loro diritti e responsabilità democratiche nella società, per valorizzare la diversità e per svolgere un ruolo attivo nella vita democratica, in vista della promozione e protezione della democrazia e dello stato di diritto" (CoE CM/Rec(2010)7).

Trasferendo questo nel contesto dell'apprendimento della trasformazione digitale, ne estraiamo tre domande fondamentali:

1. Di quale competenza di trasformazione digitale – conoscenze, abilità, valori e attitudini – i cittadini hanno bisogno per comprendere la trasformazione digitale nella loro società e come essa li influenza nei loro diversi ruoli sociali?
2. In che modo i diritti fondamentali e i fondamenti etici sono legati alla trasformazione? Dove cambiano la loro natura, cosa li indebolisce e quale tipo di sviluppo rafforza la loro applicazione?
3. Di quali competenze civiche attive hanno bisogno i cittadini per contribuire alla trasformazione, inclusa la partecipazione a discorsi e decisioni pubblici pertinenti, l'auto-organizzazione e l'impegno sociale e lo sviluppo di innovazioni sociali?

Le parti interessate di molti settori diversi hanno grandi aspettative nell'istruzione. In particolare, chiedono dal guadagno per la cittadinanza attiva una migliore preparazione degli europei ai grandi cambiamenti della società. Solo se implementiamo gli ideali di democrazia "by design" nel progresso digitale creeremo una società digitale democratica.

Divertiti ed esplora

Questa serie di lettori mira a presentare aspetti chiave selezionati della trasformazione digitale a educatori e insegnanti nell'istruzione formale, non formale o informale. La nostra prospettiva è l'Educazione per la Cittadinanza Democratica e il nostro obiettivo principale è motivarvi come educatori nell'educazione degli adulti e nel lavoro giovanile o in altri campi dell'istruzione ad immergervi negli argomenti legati alla trasformazione digitale con curiosità e pensiero critico, nonché idee per l'azione educativa. In altre parole: nessuno deve adorare la tecnologia, ma vale sicuramente la pena di sentirsi più a proprio agio con essa. La trasformazione digitale è una realtà e come tale, in linea di principio, rilevante per qualsiasi campo specifico dell'istruzione, qualsiasi materia o pedagogia.

Insieme potremo lavorare su una comprensione più ampia di cosa sia l'alfabetizzazione digitale ed esplorare come educatori e studenti nei processi di apprendimento permanente come influisce sulle nostre vite. Con un forte aspetto della democrazia e dei diritti umani nell'apprendimento permanente, dovremmo gettare le basi per una trasformazione digitale democratica e consentire agli studenti di trovare una posizione costruttiva e attiva in questa trasformazione.

Il nostro obiettivo è fornire informazioni di base su alcuni dei vari aspetti della trasformazione digitale come base per ulteriori esplorazioni. Affrontano il sé digitale, la partecipazione, l'e-state, la cultura digitale, i media e il giornalismo e il futuro del lavoro e dell'istruzione. In ciascuna delle pubblicazioni presentiamo anche le nostre idee su come l'istruzione potrebbe affrontare questo argomento specifico.

È possibile accedere, leggere, copiare, riassemblare e distribuire le nostre informazioni gratuitamente. Inoltre, grazie alla trasformazione digitale (e al programma Erasmus+ della Commissione Europea) siamo in grado di pubblicarlo come "Open Educational Resource" (OER) sotto una "Creative Commons License" (CC-BY-SA 4.0 International).

Media e giornalismo

In questo capitolo discutiamo l'impatto della digitalizzazione sui media (d'informazione) e sul giornalismo e, di conseguenza, sul pubblico. Nella prima parte, ci concentriamo su ciò che è accaduto nel giornalismo negli ultimi due decenni a causa dell'enorme influenza di Internet. Come ha osservato Terry Flew già nel 2012, questi sono "tempi interessanti", con pericoli e opportunità.

Proponiamo anche una linea del tempo che va molto più in profondità nel passato per dare un'idea dell'aumento della velocità dei cambiamenti in atto e, allo stesso tempo, del fatto che alcuni fenomeni non sono completamente nuovi.

La rivoluzione digitale ha creato un ambiente mediatico ad alta scelta e una delle conseguenze è stata (paradossalmente?) l'evitamento delle notizie, che è al centro della seconda parte e di una stimolante intervista con la dottoressa Louise Woodstock, che si interroga sull'impatto negativo dell'evitamento delle notizie sull'impegno politico individuale. Un'altra comparsa negli ultimi anni è stata quella delle cosiddette "fake news" (un termine che secondo noi dovrebbe essere evitato) o "disinformazione", che come termine va bene ma si riferisce solo a uno dei problemi. Per questo motivo, intitoliamo il prossimo paragrafo "disordine dell'informazione", che ha un significato più ampio. Discutiamo i pericoli, gli attori e le possibili soluzioni.

Esaminiamo poi i nuovi modelli di informazione come possibili vie d'uscita, tra cui il giornalismo investigativo, l'explanatory reporting, il solutions journalism, il constructive journalism e il data journalism.

Infine, ci concentriamo sull'alfabetizzazione mediatica, una possibile soluzione al disordine informativo e un insegnamento fondamentale non solo per i giovani, ma anche per gli studenti adulti che lottano per affrontare il nuovo ambiente mediatico.

Una cronologia

- 1450s: Steven Gutenberg inventa la stampa a caratteri mobili.
- 1830: Grazie all'invenzione della rotativa a mano, i prezzi dei giornali diminuiscono e i lettori iniziano a crescere.
- 1838: Samuel Morse dimostra il telegrafo elettrico.
- 1890: Introduzione della stampa a vapore. Alcuni giornali metropolitani vendono fino a 100.000 copie al giorno.
- 1898: L'USS Maine esplode per motivi non chiari. I giornali americani aumentano la loro diffusione verso la Spagna, contribuendo così all'inizio della Guerra ispano-americana.
- 1920s: Arrivano i notiziari radiofonici.
- 1938: Il radiodramma "La guerra dei mondi" di Orson Welles va in onda sulla CBS. Si sostiene spesso che abbia creato un panico diffuso, in quanto la gente pensava che ci fosse una vera e propria invasione aliena (ma questo non è confermato).
- 1938: Negli Stati Uniti vengono commercializzati i primi televisori elettronici.
- 1950s: La televisione fa la sua comparsa in Europa.
- 1963: Negli Stati Uniti la televisione supera i giornali come fonte di informazione.
- 1989: Tim Berners-Lee inventa il World Wide Web (WWW).
- 1990s: I giornali cartacei diventano online.
- 1996: Il Wall Street Journal istituisce un paywall online, tuttora in vigore.
- 1998: Larry Page e Sergey Brin fondano Google.
- 2001: viene fondata Wikipedia.
- 2002: Viene lanciato Google News.
- 2004: Mark Zuckerberg crea "Facebook".
- 2005: Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim lanciano YouTube.
- 2006: Google acquisisce YouTube.
- 2006: Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone e Evan William creano Twitter.
- 2007: Apple lancia l'iPhone, il suo primo smartphone, rivoluzionando il settore della telefonia mobile.
- 2009: Brian Acton e Jan Koum fondano WhatsApp.
- 2010: Kevin Systrom e Mike Krieger creano Instagram.
- 2010: Il Times (Regno Unito) è il primo sito di notizie generali a implementare un paywall.
- 2012: Facebook raggiunge 1 miliardo di utenti attivi mensili.
- 2012: Facebook acquisisce Instagram.
- 2014: Facebook acquisisce WhatsApp.
- 2016: The Independent cessa di essere stampato e diventa un giornale solo online.
- 2016: Zhang Yiming sviluppa TikTok.
- 2016: Il termine "fake news" diventa onnipresente.
- 2017: Facebook raggiunge i 2 miliardi di utenti mensili attivi.
- 2018: Instagram raggiunge 1 miliardo di utenti attivi mensili.

1. Due decenni di estrema turbolenza

"L'informazione caotica è gratuita: la buona informazione è costosa".

Alan Rusbridger, The Guardian

I giornalisti hanno mosso i primi passi su Internet negli anni Novanta. Nel Regno Unito, il Daily Telegraph ha lanciato il suo sito web nel novembre 1994, seguito dalla BBC Online nel 1997 e dal Guardian nel 1999; l'ultimo grande quotidiano nazionale britannico a farlo è stato il Daily Mail nel 2004 (Meek, 2006).

L'attacco alle Torri Gemelle dell'11 settembre 2001 ha provocato un'impennata della domanda di siti di notizie. Si ritiene che questo tragico evento abbia segnato una nuova era per il giornalismo online. Eppure - come ha affermato un rappresentante del Daily Telegraph - nel primo decennio del XXI secolo molti operatori del settore dei media erano "in completa negazione" (Kueng, 2017). Un atteggiamento così negativo nei confronti della trasformazione digitale è dovuto, secondo Lucy Kueng, ricercatrice senior di Reuter's, al fatto che "gestire le proprie organizzazioni in modo eccellente non è mai stata una priorità per i media", in quanto "sono cresciuti in un ambiente stabile in cui il cambiamento era graduale".

La trasformazione digitale ha indebolito il ruolo dei media tradizionali come guardiani dell'informazione, offrendo ai cittadini un accesso facile e spesso gratuito a una quantità di notizie senza precedenti. Nel 2008, la crisi economica ha ridotto drasticamente i finanziamenti ai media, costringendo il settore a trovare una strategia di business online.

Oggi l'ambiente dei media è sempre più digitale, mobile e dominato dalle piattaforme. La fonte di traffico più importante per i media online è Google, seguita da Facebook (WAN IFRA, 2019).

Maggio 1982: Un sottomarino britannico affonda la corazzata argentina "General Belgrano" durante il conflitto delle Falkland. Il titolo provocatorio del Sun non è SEO-friendly, poiché non include "Falkland" nel titolo, né nelle prime parole dell'articolo (Richmond, 2008).



Il concetto di ottimizzazione dei motori di ricerca (SEO) ha raggiunto le redazioni giornalistiche nel 2006. Assicurando la presenza di parole chiave pertinenti, il formato degli articoli doveva adattarsi per inseguire il traffico online. A volte l'ottimizzazione può degenerare in click-bait, la creazione di titoli che rimandano al futuro, sensazionalizzati e fuorvianti, al fine di attirare click sul contenuto dai social network o da altre pagine web.

Nel 2011, il Consiglio d'Europa (CdE) ha elaborato una nuova definizione di media (CM/Rec(2011)7) che comprende qualsiasi attore che produce e diffonde contenuti mediatici online e che ha un impatto sui mercati dei media e sul pluralismo mediatico, compresi i social network e i giochi online. In questo modo, il CdE ha ricondotto le nuove piattaforme ai diritti e alle responsabilità in materia di libertà dei media stabiliti dall'articolo 10 della Convenzione europea dei diritti dell'uomo (CEDU), che sancisce il diritto alla libertà di espressione e d'informazione. Ha poi stabilito 6 criteri per identificare un attore dei media.

Le piattaforme rappresentano il più grande cambiamento e la più grande sfida nell'ambiente dei media. Hanno permesso di accedere a un pubblico molto più vasto di quanto fosse possibile in precedenza, ma le organizzazioni dei media hanno perso il controllo sul contesto in cui i

contenuti vengono consumati e, in molti casi, sui ricavi. La pubblicità digitale è per lo più poco redditizia. La stampa, sia in termini di diffusione che di pubblicità, rappresenta ancora la quota maggiore dei ricavi (WAN IFRA, 2019). Tuttavia, il pubblico pagante è diminuito negli ultimi due decenni.

Criteri per gli attori dei media

Intento di agire come media: Autodefinirsi media; metodi di lavoro tipici dei media; impegno a rispettare gli standard professionali dei media; modalità pratiche di comunicazione di massa.

Scopo e obiettivi di fondo dei media: Produrre, aggregare o diffondere contenuti mediatici; Gestire applicazioni o piattaforme progettate per facilitare la comunicazione interattiva di massa o la comunicazione di massa in forma aggregata (ad esempio i social network) e/o per fornire esperienze interattive su larga scala basate sui contenuti (ad esempio i giochi online); Con uno o più obiettivi di fondo dei media (animare e fornire uno spazio per il dibattito pubblico e il dialogo politico, plasmare e influenzare l'opinione pubblica, promuovere i valori, facilitare il controllo e aumentare la trasparenza e la responsabilità, fornire istruzione, intrattenimento, espressione culturale e artistica, creare posti di lavoro, generare reddito - o, più frequentemente, una combinazione di questi); Rinnovamento e aggiornamento periodico dei contenuti

Controllo editoriale: Politica editoriale; Processo editoriale; Moderazione; Personale editoriale

Standard professionali: Impegno; procedure di conformità; procedure di reclamo; rivendicazione di prerogative, diritti o privilegi.

Diffusione e divulgazione: Diffusione effettiva; Comunicazione di massa in aggregato; Risorse per la divulgazione

Aspettative del pubblico: Disponibilità; Pluralismo e diversità; Affidabilità; Rispetto degli standard professionali ed etici; Responsabilità e trasparenza.

Fonte: Convenzione europea dei diritti dell'uomo

Il CdE avverte (CM/Rec(2018)1) che il taglio dei costi e la perdita di posti di lavoro nel giornalismo tradizionale possono causare una riduzione della qualità e della diversità delle notizie, impoverendo così il dibattito pubblico.

Come spiega Lucy Kueng nel rapporto Going Digital (2017), un paio di nuovi media esclusivamente online, come Vice e BuzzFeed, sono riusciti a porre le piattaforme al centro del loro modello di ricavi. Un numero crescente di organizzazioni mediatiche affermate ha reagito costruendo paywall. Il primo sito di informazione generale a implementare e mantenere un paywall "rigido", ovvero a far pagare l'accesso a tutti i suoi contenuti web, è stato il Times nel 2010. Gli abbonamenti alle notizie digitali sono cresciuti a livello globale nell'ultimo decennio e si prevede che cresceranno ulteriormente. Come sottolinea Nic Newman del Reuters Institute for the Study of Journalism, il rischio è che: *"il consumo serio di notizie sarà in gran parte confinato alle élite che possono permettersi di pagare, mentre il grosso della popolazione raccoglierà titoli e meme dai social media o eviterà del tutto le notizie"* (2020).

2. Navigare in un ambiente mediatico ad alta scelta

"Il miglioramento della tecnologia aumenta l'accesso alle notizie, ma rende anche più facile evitarle".

(Joshua Benton, direttore del Nieman Journalism Lab, giugno 2019)

Internet ha consentito un accesso quasi illimitato alle informazioni in qualsiasi momento. Tale abbondanza può portare al cosiddetto sovraccarico di informazioni. Questo termine è stato coniato da Bertram Gross nel suo lavoro del 1964 "The Managing of Organizations" per definire uno stato in cui "i decisori si trovano di fronte a un livello di informazioni superiore alla loro capacità di elaborazione delle informazioni" a causa di un rapido aumento della disponibilità di informazioni e di una diminuzione dei costi legati alla ricerca di informazioni.

Quando vengono presentate molte opzioni, gli individui trovano difficile confrontare e valutare attivamente le loro caratteristiche e, di conseguenza, si sottraggono al processo decisionale (Edgerly, 2017). Originariamente applicata alla ricerca sui consumatori, questa tendenza è stata osservata sempre più spesso nell'uso dei media.

Già nel 2005, il professor Mindich ha rilevato un declino nel consumo di notizie tra i minori di 40 anni negli Stati Uniti nell'arco di quattro decenni. Nel 2008 il professor Patterson ha aggiunto che la crescente popolarità di Internet tra le generazioni più giovani negli Stati Uniti non indica un suo utilizzo come fonte alternativa di notizie. Patterson ricorda che i primi studi sulla televisione hanno rivelato che molti utenti erano consumatori "involontari" di notizie, cioè si imbattevano in esse tenendo il dispositivo acceso. Secondo lui, "Internet ha una capacità ancora minore [rispetto alla televisione] di generare un'abitudine quotidiana alle notizie per coloro che non ne hanno una preesistente".

Nel 2017, la professoressa Stephanie Edgerly ha esplorato le strategie di 21 giovani adulti americani (di età compresa tra i 18 e i 27 anni) per reperire informazioni sull'attualità, scoprendo che il 49% degli intervistati si affida ai mezzi di informazione e il 51% no. Il primo gruppo utilizza attivamente una serie di fonti di notizie, tra cui i social media per gli eventi in corso o Wikipedia per le informazioni di base su argomenti sconosciuti. Per il secondo gruppo Google è la bussola, insieme a fonti interpersonali fidate o alla convinzione che "le notizie importanti le troveranno comunque". I due gruppi condividono un orientamento scettico nei confronti dell'ambiente mediatico moderno.

Nel 2014 uno studio della professoressa Louise Woodstock ha esplorato le ragioni della resistenza alle notizie tra 36 persone negli Stati Uniti. Woodstock definisce come resistenti alle notizie le persone che limitano intenzionalmente il loro consumo di notizie, il cui disimpegno non è dovuto a mancanza di tempo, accesso o mezzi. Gli intervistati riferiscono che ridurre al minimo l'esposizione alle notizie ha aumentato la loro volontà di partecipare alla vita pubblica, mentre un consumo maggiore di notizie è correlato a un senso di impotenza. Anche in questo caso, l'evitamento delle notizie è un segnale di sfiducia nel giornalismo, dal momento che la maggior parte degli intervistati critica lo stato dell'ambiente mediatico.

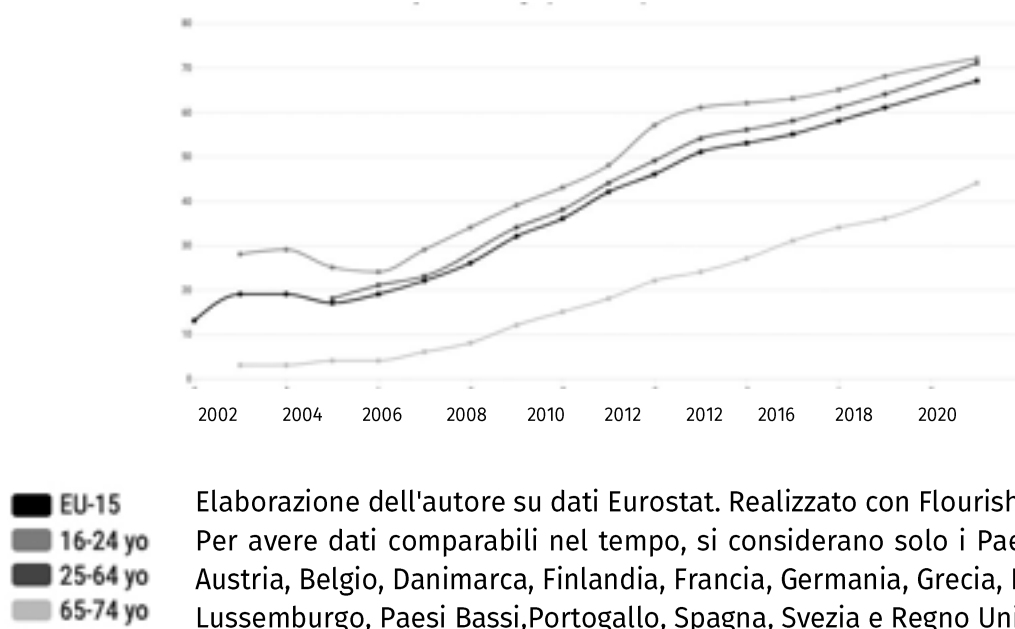
Il Reuters Institute for the Study of Journalism ha iniziato ad approfondire il tema dell'evitamento delle notizie nel 2016 conducendo uno studio pilota in quattro Paesi (Stati Uniti, Regno Unito, Danimarca e Spagna) tra gli intervistati che hanno dichiarato di consumare notizie "meno spesso di una volta al mese" nel suo annuale "Digital News Report". Tra le ragioni addotte per evitare le notizie, il gruppo più giovane (18-24 anni) tende ad avere "cose più interessanti da fare", mentre il gruppo di mezza età (25-44 anni) è più propenso ad arrabbiarsi per le notizie. Un gruppo consistente di intervistati (30%), sovrarappresentato nel gruppo di mezza età, è

deliberatamente disconnesso a causa di un profondo scetticismo sull'affidabilità delle notizie tradizionali.

Nel 2019, un terzo (32%) del campione intervistato per il Reuters Institute Digital News Report dichiara di tendere a evitare le notizie perché hanno un effetto negativo sul proprio umore e si sentono impotenti a cambiare gli eventi - una percentuale più alta rispetto ai rapporti precedenti. In particolare, i ricercatori sottolineano che nel Regno Unito l'evitamento delle notizie è cresciuto di 11 punti percentuali dal 2017 al 2019 a causa della copertura della Brexit. Alcuni giovani intervistati (18-34) lamentano che "la Brexit è stata apparentemente sulle prime pagine per oltre un anno senza che nulla di sostanziale cambiasse". La Reuters ha adottato un approccio qualitativo per analizzare le abitudini di informazione di venti persone di età compresa tra i 18 e i 34 anni nel Regno Unito e negli Stati Uniti. I ricercatori hanno scoperto che, essendo molto dipendenti dai loro smartphone, gli under 35 sono propensi a rivolgersi ai social media e alle app di messaggistica per trovare notizie. Soprattutto la cosiddetta Generazione Z (18-24 anni) cerca una gratificazione istantanea e vuole che le notizie siano facilmente accessibili come quelle di Netflix e che forniscano un percorso per un'azione positiva, mentre la loro impressione generale è che i media esagerino con le notizie negative. In particolare, il 39% degli intervistati del Digital News Report 2019 ritiene che i media siano troppo negativi.

Percentuale di persone che utilizzano Internet per leggere notizie online.

Fonte: Eurostat, indagine annuale sull'uso delle TIC (2002-2019)



Tuttavia, le opinioni sul tono delle notizie non sembrano influenzare in modo significativo la fiducia. È più probabile che le persone si fidino dei notiziari se ritengono che questi li tengano aggiornati su ciò che sta accadendo, li aiutino a comprenderlo e chiedano conto al potere.

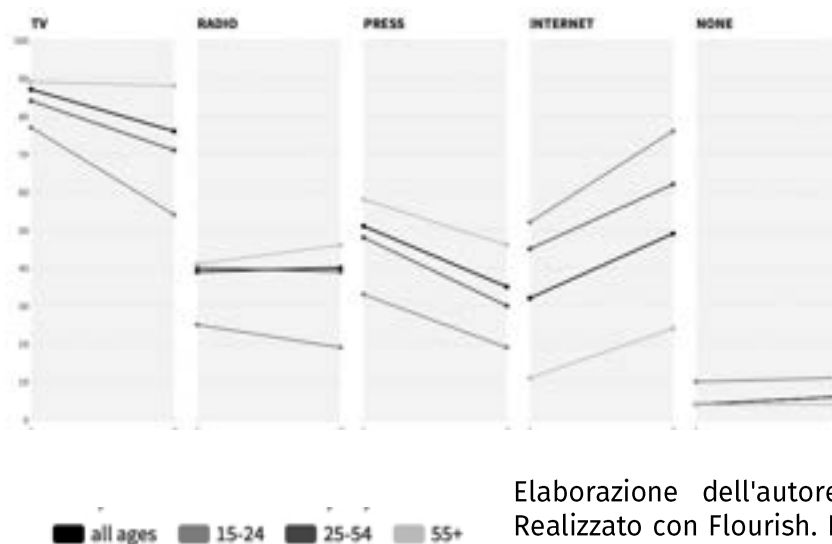
La maggior parte degli studi presentati in precedenza rileva che le donne sono più propense a evitare le notizie rispetto agli uomini. Intervistate dai ricercatori Toff e Palmer (2018), la maggior parte delle donne a reddito medio-basso del Regno Unito afferma di affidarsi al proprio partner per essere informata sugli eventi importanti. Le abitudini di fruizione delle notizie, in questo caso, sembrano essere strettamente legate alle responsabilità di cura e ad altre questioni di genere, piuttosto che alla digitalizzazione. L'inclinazione a evitare le notizie delle generazioni più giovani e digitalizzate è molto discussa.

Facendo riferimento ai dati pubblicati annualmente da Eurostat (l'Ufficio statistico europeo) sull'utilizzo delle TIC (tecnologie dell'informazione e della comunicazione) nelle famiglie, si può osservare l'atteggiamento degli europei. La figura sopra mostra che la percentuale di individui che utilizzano Internet per leggere le notizie è aumentata dal 2002 al 2019, indipendentemente dalla fascia d'età considerata. Tuttavia, il gruppo più anziano (65-74 anni) è largamente in ritardo rispetto a quello più giovane (16-24) e il divario rimane stabile nel tempo. Naturalmente, questa crescita è fortemente influenzata da fattori esterni, come un maggiore accesso all'infrastruttura Internet e un numero più elevato di fonti di notizie online. Ma come si colloca Internet rispetto ai media tradizionali?

Secondo i risultati dell'indagine Eurobarometro, la televisione appare come il mezzo di comunicazione scelto dalla maggior parte degli europei nel tempo, con il 76% degli intervistati nel 2019 che la considera la principale fonte di informazione sulle questioni politiche nazionali. Disaggregando i risultati per fasce d'età, tuttavia, Internet emerge come la principale fonte di informazione per la generazione più giovane (15-24), mentre l'uso della TV è diminuito del 29% tra il 2011 e il 2019. In tutte le fasce d'età, l'uso di Internet come mezzo di comunicazione è aumentato del 53% nel tempo, mentre la stampa scritta è diminuita di oltre il 31%. La piccola quota di persone che "non cercano notizie" è aumentata del 50% nello stesso periodo, con una persona su dieci al di sotto dei 25 anni che lo afferma.

Principali fonti di informazione nell'UE %

Fonte: Eurobarometro standard 2011-2019



Elaborazione dell'autore su dati Eurobarometro. Realizzato con Flourish. La domanda "Dove riceve la maggior parte delle notizie su questioni politiche nazionali?" è stata rilevata per la prima volta nell'Eurobarometro standard 76 (ZA5567 novembre 2011).

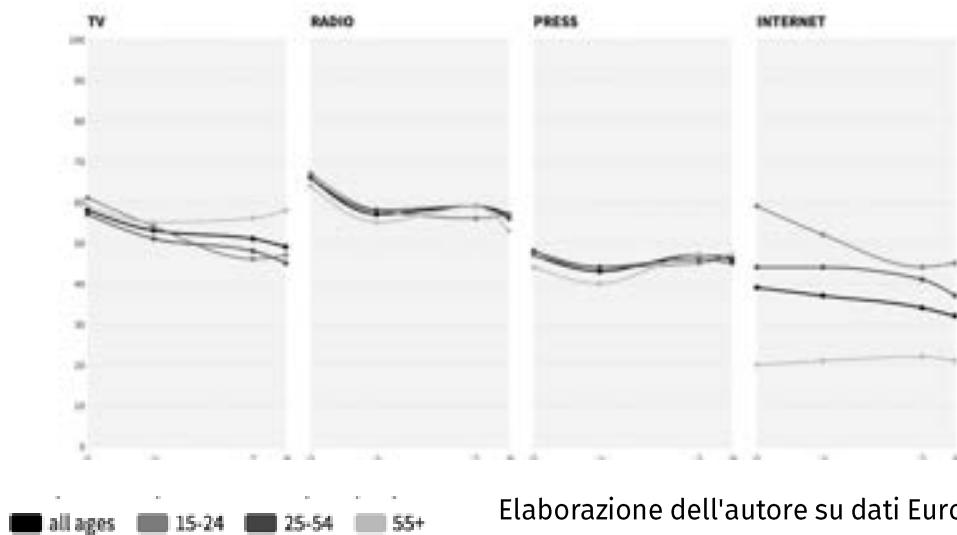
I dati dell'Eurobarometro ci permettono di rilevare una correlazione nettamente positiva tra fiducia e consumo per alcuni media: più si tende a fidarsi di Internet o della televisione, più li si usa. Lo stesso non vale per i giornali o la radio. Sebbene la credibilità percepita dei media sia generalmente e sorprendentemente diminuita tra il 2007 e il 2019, la maggioranza degli europei si fida ancora dei media radiotelevisivi. Al contrario, coloro che si affidano a Internet e alla stampa scritta sono una minoranza.

Vale la pena di evidenziare almeno tre tendenze:

- ___ Un'ampia percentuale (58%) di persone anziane tende a fidarsi della televisione;
- ___ Gli atteggiamenti delle persone nei confronti dei media tradizionali sono in gran parte sovrapponibili, indipendentemente dall'età;
- ___ Internet è il mezzo di comunicazione più divisivo tra i gruppi di età, come mostra chiaramente la figura sottostante.

Fiducia nei media nell'UE %

Fonte: Eurobarometro standard (2007-2019)



Elaborazione dell'autore su dati Eurobarometro. Realizzato con Flourish. La domanda "Dalla seguente lista, quali sono i mezzi di informazione di cui si fida di più?" è stata rilevata per la prima volta nell'Eurobarometro standard 67 (ZA4530 aprile-maggio 2007).

Misurare la fiducia è fondamentale anche per ragioni commerciali legate alla costruzione dell'audience e alla pianificazione strategica. Per questo motivo l'Unione Europea di Radiodiffusione (EBU), che raccoglie i media del servizio pubblico, misura la fiducia è fondamentale anche per ragioni commerciali legate alla costruzione dell'audience e alla pianificazione strategica. Per questo motivo l'Unione europea di radiodiffusione (UER), che raccoglie i media del servizio pubblico in 56 Paesi, genera ogni anno un Indice di fiducia netta per diversi tipi di media sulla base dei risultati dell'Eurobarometro. Nel suo rapporto del 2019, l'UER sottolinea che la stampa scritta, per la prima volta, ha registrato una valutazione positiva, mentre la fiducia in Internet continua a diminuire. A livello globale, l'indagine 2019 condotta dalla società di ricerche di mercato IPSOS presenta risultati simili: gli intervistati in 27 Paesi del mondo si fidano dei media radiotelevisivi un po' più di quanto si fidino della stampa scritta e molto più dei siti web e delle piattaforme di notizie. Dato che la sfiducia è principalmente dovuta alla percezione della prevalenza di fake news, gli intervistati IPSOS si affidano ai contatti personali come fonte di informazione.

La stampa scritta ha subito le perdite di utenza più pesanti nell'ultimo decennio rispetto alle altre fonti di notizie. Gli studi e i sondaggi citati suggeriscono che ciò potrebbe essere legato alla diminuzione dei consumatori di notizie "pubblicitari" (intenzionali). I media radiotelevisivi sembrano resistere a queste perdite perché offrono intrattenimento insieme a contenuti informativi. Come afferma Edgerly (2017): "l'aumento delle opzioni di intrattenimento può escludere l'esposizione alle notizie, soprattutto per gli individui che non sono interessati alle notizie".

Inoltre, le notizie sembrano generare un senso di impotenza. Nic Newman, ricercatore senior di Reuters, afferma nel rapporto "Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2020" che il problema del disimpegno e dell'evitamento delle notizie sarà una preoccupazione crescente che i dirigenti dei media dovranno affrontare contrastando il cinismo e la negatività.

Alcune domande sulla resistenza ai media

con la dott.ssa Louise Woodstock

La resistenza ai media è un problema emergente dovuto soprattutto alla trasformazione digitale?

C'è sicuramente una storia di resistenza ai media. Ogni nuova tecnologia ha portato con sé sia un grande ottimismo che una notevole diffidenza. È un ciclo storico che si ripete; Tim Wu lo esamina nel suo libro del 2011: "The Master Switch". Detto questo, ovviamente ogni tecnologia ha la sua materialità e i suoi specifici contesti storici e culturali. Quindi, per certi versi, sì, resistere alle tecnologie digitali e alla pervasività dei media nelle nostre vite, come considerato nelle teorie della mediatizzazione e della pratica, ha dimensioni senza precedenti. L'impatto della trasformazione digitale è ampio.

Quando ha iniziato ad approfondire questo tema? Quali sono i principali risultati ottenuti finora?

La mia ricerca è iniziata nel 2010. Ho pubblicato articoli su Journalism, International Journal of Communication e Critical Studies in Media Communication. La resistenza ai media è un fenomeno ad ampio spettro e le generalizzazioni sono sfuggenti. Per esempio, in uno studio ho messo in discussione l'idea a lungo sostenuta che la stampa e la democrazia crescono e cadono insieme. Nel mio studio qualitativo i resistenti ai media erano piuttosto attivi politicamente e impegnati nelle loro comunità. Ma nel complesso, negli ultimi 10 anni, con il declino delle democrazie e della stampa, la tesi della correlazione positiva tra le due cose è solida. A livello istituzionale, il legame è molto chiaro. Tuttavia, il legame tra giornalismo indipendente e una democrazia solida in termini di comportamenti individuali è meno certo. Si è diffusa la voce che moderare e limitare il consumo di notizie sia importante per mantenere la salute mentale.

Quali sono le caratteristiche di chi si oppone ai media (sesso, età, istruzione)? Quali sono le loro principali motivazioni?

È importante notare che non tutti sono ugualmente in grado di limitare l'uso dei media. Spesso c'è un privilegio che si accompagna alla possibilità di farlo. Detto questo, ho parlato con persone che limitano in modo significativo l'uso dei media, giovani, anziani, queer, etero, di diverse origini razziali. Ciò che accomuna la maggior parte di coloro che resistono ai media nel mio campione, peraltro limitato, è un'istruzione avanzata e uno status socioeconomico medio o superiore. Le ragioni della resistenza ai media vanno dal disgusto e dalla delusione per la politica alle preoccupazioni per le qualità di dipendenza dei social media. La maggior parte dei resistenti ai media vuole adottare un orientamento push piuttosto che un orientamento pull nei confronti dei media. Vogliono avere il controllo del loro tempo. Vogliono evitare di essere turbati e improduttivi.

Le generazioni più giovani tendono a evitare maggiormente le notizie?

Non ho abbastanza dati per essere sicuro su questo punto. Ma provvisoriamente penso di sì.

Quali sono le implicazioni sociali e/o politiche della resistenza ai media?

Anche questa è una domanda che ritengo molto pertinente, ma sulla quale ci sono prove contrastanti. Storicamente, gli studiosi si sono lamentati dei consumatori di non notizie come di una popolazione disimpegnata e non istruita, e si sono preoccupati che le persone non fossero preparate a votare e a fare scelte informate. Questa analisi ha avuto una dimensione classista. Tuttavia, nell'era della disinformazione e della manipolazione online, abbiamo tutte le ragioni per preoccuparci dell'impatto della propaganda. Tra le persone che ho studiato, la resistenza media tende a essere una scelta individuale. I comportamenti collettivi, anche a livello familiare, si rafforzano positivamente. Naturalmente, ci sono culture che hanno norme per evitare le tecnologie. Esiste la possibilità che la resistenza ai media abbia un impatto politico maggiore.

L'educazione formale dovrebbe affrontarla? Come? Se ne avete trovato qualcuno, lo può citare con esempi concreti?

Educare gli studenti sui modi in cui le tecnologie sono progettate per catturare l'attenzione è fondamentale. È anche essenziale insegnare agli studenti le industrie dei media, la pubblicità, la conglomerazione e il ruolo della stampa nelle società democratiche. Altrettanto importante è coinvolgere gli studenti fuori dalla rete. Coltivare conoscenze e pratiche che si svolgono all'aperto, senza l'ausilio di gadget, dovrebbe essere parte di ogni curriculum.

Conclusioni per l'educazione

L'uso dei media è cambiato negli ultimi decenni. Un punto di partenza per l'educazione può essere quello di riflettere il cambiamento delle abitudini dei singoli studenti nei confronti dei media. Quando hanno usato Internet per la prima volta e hanno riconosciuto i nuovi media come fonti di informazione rilevanti per loro? Che ruolo giocano per loro la televisione e la stampa? Che tipo di sviluppi sociali e politici hanno accompagnato questi cambiamenti? Come valutano questi sviluppi?

Anche la fiducia e i criteri di fiducia nelle informazioni dovrebbero far parte di questa riflessione, poiché tutte le strategie di utilizzo dei media (compresa la resistenza) dipendono dalla valutazione individuale della fiducia e dell'affidabilità.

Dal punto di vista dei diritti umani e della democrazia, la funzione dei vecchi e dei nuovi ambienti mediatici per il pubblico e il modo in cui i cittadini mirano a creare le condizioni e le norme per l'adempimento della loro funzione democratica giocherebbero un ruolo cruciale. Aspetti come la qualità dell'informazione, la diversità delle voci e delle opinioni o i modelli di sussistenza economica equa per le imprese mediatiche e i lavoratori dei media coinvolti potrebbero far parte di questa discussione.

3. Disordine dell'informazione

Le fake news e la disinformazione sono diventate un argomento di punta negli ultimi anni, ma non si tratta di un fenomeno del tutto nuovo. Sebbene la digitalizzazione abbia avuto un impatto enorme, molte delle sue cause e soluzioni non sono legate al mondo digitale. Il concetto di disordine informativo, proposto per la prima volta da Claire Wardle e Hossein Derakhshan in un rapporto del 2017 per il Consiglio d'Europa, comprende disinformazione, disinformazione e malinformazione. Non utilizziamo il termine fake news, che discutiamo in un riquadro a parte. In ognuna di queste macro-categorie possiamo trovare diverse sottocategorie. Ecco le più importanti. Alcune delle seguenti definizioni provengono anche da un altro lavoro di Claire

Wardle (2017). Alice Marvick e Rebecca Lewis (2017) discutono la malinformazione in modo più dettagliato.

La parte è tratta dal Dossier: "Disinformazione" pubblicato nel 2019 dal Resource Centre on Media Freedom in Europe, sito curato dall'Osservatorio Balcani e Caucaso Transeuropa (OBCT). Fazila Mat ha contribuito al dossier insieme a Niccolò Caranti.

La malinformazione, comprese le fughe di notizie, le molestie e l'incitamento all'odio, è una questione leggermente diversa dalle altre. La satira e la parodia non sono incluse nella tabella, ma hanno il potenziale di ingannare e un sito web con contenuti inventati potrebbe dichiararsi un sito di satira per difendersi.

Disinformazione: informazioni false condivise per causare danni;

Misinformazione: informazioni false condivise senza che ciò comporti alcun danno;

Malinformazione: informazioni genuine condivise per causare danni.

Alcuni contenuti possono rientrare in più di una categoria e, in alcuni casi, potremmo non essere in grado di classificare qualcosa con piena certezza, ad esempio perché non ne conosciamo le motivazioni. Possiamo anche legittimamente non essere d'accordo con queste definizioni specifiche. Tuttavia, la cosa più importante è che non tutte le notizie false sono create uguali: dobbiamo comprendere la complessità dell'ambiente informativo e un quadro concettuale può aiutarci a farlo. Quando si parla di "fake news" (un termine che preferiamo non usare, vedi riquadro) si potrebbe pensare a "contenuti inventati", notizie completamente false: questa è solo una delle nostre categorie e potrebbe non essere il problema principale.

Disinformazione	Falso collegamento	titoli, immagini o didascalie che non supportano il contenuto
	Contenuto fuorviante	uso fuorviante di informazioni per inquadrare una questione o un individuo
Disinformazione	Falso contesto	contenuto autentico condiviso con informazioni contestuali false
	Contenuto impostore	impersonificazione di fonti autentiche
	Contenuto manipolato	informazioni o immagini autentiche manipolate per ingannare
	Contenuto inventato	100% falso, designato per ingannare e nuocere
Malinformazione	Fughe di notizie	Ad esempio, pubblicazione di e-mail private
	Molestie pubbliche	Doxing, revenge porn, social shaming, intimidazioni, ecc.
	Discorso d'odio	Violazione della sensibilità, spesso rivolta a minoranze razziali e sessuali e alle donne

Nell'ottobre 2019, Claire Wardle ha osservato che dal 2016 si è assistito a una crescente "weaponization of context", con l'utilizzo di contenuti autentici deformati e raffazzonati, che sono migliori di quelli fabbricati per persuadere le persone e hanno meno probabilità di essere rilevati dai sistemi di intelligenza artificiale dei social network che fanno parte degli sforzi di fact checking.

Questo sembra essere stato confermato durante la pandemia COVID-19 e la conseguente "infodemia", definita dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (2000) come "sovrabbondanza di informazioni": Il Reuters Institute for the Study of Journalism ha rilevato che il 59% della disinformazione e della disinformazione era "riconfigurata" (falso contesto, contenuto fuorviante o manipolato), mentre solo il 38% era fabbricato (Brennen, Simon, Howard e Nielsen, 2020).

Fake news

Il termine fake news di per sé non è nuovo - in un'illustrazione del 1894 di Frederick Burr Opper si vede un reporter che corre per portarle alla scrivania - ma è diventato onnipresente (Farkas & Schou, 2018) durante le elezioni presidenziali statunitensi del 2016, usato dai liberali contro i media di destra e, in particolare, dall'allora candidato Donald Trump contro gli organi di informazione critici. Il termine è stato variamente utilizzato per indicare più o meno ogni forma di contenuto problematico, falso, fuorviante o di parte (Tandoc, Lim & Ling, 2018). È stato quindi criticato per la sua mancanza di "rigore



definitorio" e per essere stato "fatto proprio dai politici di tutto il mondo per descrivere le organizzazioni giornalistiche la cui copertura non è di loro gradimento" (Wardle e Derakhshan, 2017). Un manuale dell'UNESCO (Ireton e Posetti, 2018) lo ha addirittura barrato nella sua copertina.

Source: Opper, F. B. (1894) The fin de siècle newspaper proprietor / F. Opper., 1894. N.Y.: Published by Keppler & Schwarzmann, March 7.

I pericoli

Il disordine informativo comporta molti pericoli (Wardle e Derakhshan, 2017). Nel 2016, un uomo ha aperto il fuoco in un ristorante e in una pizzeria di Washington, alla ricerca di uno scantinato in cui sarebbero stati tenuti prigionieri dei bambini. Non c'erano bambini e nemmeno uno scantinato; la convinzione era parte di una teoria della cospirazione, nota come Pizzagate (Pizzagate, 2017). Le teorie del complotto legate al clima rappresentano una minaccia per l'ambiente e la disinformazione medica rappresenta una minaccia per la salute e può persino portare a rivolte, come è accaduto a Novi Sanzhar, una piccola città dell'Ucraina, per il timore che vi venissero portate persone affette da coronavirus (Miller, 2020).

Le notizie sono una delle materie prime della buona cittadinanza, poiché "si è detto a lungo che il sano funzionamento delle democrazie liberali si basa sui cittadini, il cui ruolo è quello di apprendere informazioni sul mondo sociale e politico, scambiare informazioni e opinioni con i propri concittadini, giungere a giudizi ponderati sugli affari pubblici e mettere in atto questi

giudizi come comportamento politico" (Chadwick, Vaccari, & O'Loughlin, 2018). L'informazione è "vitale per il sano funzionamento delle comunità come l'aria pulita, le strade sicure, le buone scuole e la salute pubblica" (Knight Commission, 2009). Disinformazione e disinformazione inquinano l'ecosistema dell'informazione e hanno "effetti reali e negativi sul consumo pubblico di notizie". La sfiducia può diventare un fenomeno che si autoalimenta: "I gruppi che sono già cinici nei confronti dei media - troll, ideologi e teorici della cospirazione - sono spesso quelli attratti dalla manipolazione. Se riescono a usare con successo i media per coprire una storia o promuovere un'agenda, minano la credibilità dei media su altre questioni" (Marvick & Lewis, 2017). A lungo termine, questo è un rischio per la democrazia (DCMS, 2018). Le accuse di disinformazione possono anche diventare un'arma in mano ai regimi autoritari: i leader mondiali le usano per attaccare i media (The Expression Agenda Report 2017/2018) e nel 2019 il 12% dei giornalisti incarcerati per il loro lavoro è stato detenuto con accuse di notizie false (Beiser, 2019).

La "catena di montaggio"

Alcune notizie virali (e false) durante le elezioni statunitensi del 2016 sono state create da persone della piccola città di Veles, in Macedonia. Il loro più grande successo è stato un articolo intitolato "Papa Francesco sciocca il mondo, appoggia Donald Trump come presidente", che ovviamente era completamente falso (Silverman & Singer-Vine, 2016). Sostengono di averlo fatto solo per motivi economici, per guadagnare con gli annunci (Subramanian, 2017). Ma questo è solo un caso, e la "catena di montaggio" della dis- e della disinformazione può assumere forme diverse.

Wardle e Derakhshan (2017) individuano tre elementi (l'agente; il messaggio; l'interprete) e tre fasi (creazione; produzione; distribuzione) del "disordine informativo". Gli agenti possono essere attori ufficiali (servizi di intelligence, partiti politici, organizzazioni giornalistiche, società di pubbliche relazioni o gruppi di pressione) o non ufficiali (gruppi di cittadini evangelizzati su un tema) con motivazioni politiche o economiche. Anche le ragioni sociali (il desiderio di essere collegati a un certo gruppo) e psicologiche possono giocare un ruolo.

L'agente che crea e concepisce l'idea su cui si basa il contenuto è spesso diverso da quello che lo produce praticamente e da quello che lo distribuisce e lo riproduce. Una volta creato, un messaggio può essere riprodotto e distribuito all'infinito da molti agenti diversi, tutti con motivazioni diverse. Gli interpreti possono diventare essi stessi agenti: un post sui social media condiviso da diverse comunità potrebbe essere ripreso e riprodotto dai media tradizionali e ulteriormente distribuito ad altre comunità.

La stessa informazione potrebbe nascere come satira, o addirittura come notizia vera, per poi diventare disinformazione agli occhi di diversi interpreti o nelle mani di diversi agenti. Quando Notre Dame ha preso fuoco nel 2019, è emerso un articolo che documentava il ritrovamento di una bombola di gas e di alcuni documenti arabi nei pressi della cattedrale: sebbene l'articolo fosse reale, risaliva a tre anni prima, nel 2016, diventando così un caso di falso contesto (Bainier & Capron, 2019).

I troll russi e i soliti sospetti

Negli ultimi anni si è parlato molto dei "troll russi", come se fossero i principali, se non gli unici, agenti responsabili dell'esistenza del disordine informativo. In questo paragrafo vedremo chi sono, di cosa sono responsabili e se c'è qualche altra spiegazione per quello che sta succedendo.

Il trolling in sé è vecchio come i forum online, ma "troll russi" si riferisce a un fenomeno leggermente diverso. Mentre i normali troll fanno quello che fanno per divertimento (uno strano tipo di divertimento, chiamato in gergo "lulz"), è stato dimostrato che la Internet Research Agency (IRA), con sede a San Pietroburgo e talvolta chiamata la "fabbrica dei troll russi", contratta persone per influenzare l'opinione pubblica all'estero per conto dello Stato russo (MacFarquhar, 2018). L'IRA è probabilmente di proprietà di Yevgeny Prigozhin, un oligarca legato al presidente russo Vladimir Putin. All'interno della Russia, l'IRA ha anche la funzione primaria di rendere impossibile una discussione significativa tra la società civile, una pratica definita "neutralizzazione" (Kurowska & Reshetnikov, 2018).

Sebbene la maggior parte della loro attività si svolga in Russia, è stato rivelato che hanno interferito anche con le elezioni statunitensi del 2016 (Linville & Warren, 2018) in quella che può essere considerata un'operazione informativa, un tentativo deliberato e sistematico da parte di attori non identificati "di influenzare l'opinione pubblica diffondendo informazioni inaccurate con account fantoccio" (Jack, 2018).

Troll: una persona reale che "avvia intenzionalmente un conflitto online o offende altri utenti per distrarre e seminare divisioni pubblicando post infiammatori o fuori tema in una comunità online o in un social network. Il loro obiettivo è provocare gli altri in una reazione emotiva e far deragliare le discussioni" (Baroan, 2018).

È stato sostenuto che questa operazione non mirava tanto a convincere qualcuno di qualcosa, quanto piuttosto a diffondere incertezza, seminare sfiducia e confusione - uno scopo tipico di molte campagne di disinformazione (Wardle & Derakhshan, 2017). Per il loro scopo, i troll russi si sono avvalsi anche di bot (account automatizzati sui social media gestiti da algoritmi) e botnet (rete di bot) (Baroan, 2018). La Russia non è l'unico Paese coinvolto in questo tipo di operazioni informative: nel 2019 Twitter ha accusato esplicitamente la Cina di un'operazione informativa diretta a Hong Kong (Twitter Safety, 2019). I Paesi possono anche dedicarsi a campagne di informazione che sono diverse dalle operazioni di informazione, perché mentre il loro contenuto può essere vero o falso, il loro autore non è nascosto. Tuttavia, i Paesi stranieri non sono l'unica causa del disordine informativo (Gunitsky, 2020). Sono stati accusati anche altri, tra cui i social media e i fenomeni ad essi collegati.

Algoritmi e altri sospetti

Gli *algoritmi di ricerca* decidono perché un determinato link appare nella prima pagina dei risultati di un motore di ricerca (quello di Google si chiama PageRank). Anche gli algoritmi dei social media decidono cosa vedere. Sul vostro newsfeed di Facebook potreste vedere un link a un sito di notizie spazzatura, a un giornale tradizionale o a una foto di vostro nipote, a seconda di ciò che l'algoritmo privilegia. L'algoritmo che sta dietro ai video suggeriti su YouTube è stato accusato di *amplificare* i contenuti spazzatura, la disinformazione, le teorie cospirative, ecc.

Il problema grave degli algoritmi è che spesso non sono trasparenti: non sappiamo come funzionano. Quindi, anche se sembra improbabile che Google e Facebook promuovano attivamente e consapevolmente la disinformazione, è possibile che i loro algoritmi favoriscano accidentalmente tali contenuti, ad esempio perché ottengono un elevato coinvolgimento e quindi è probabile che ricevano più clic e generino maggiori entrate per le piattaforme (Bradshaw & Howard, 2018). Quando si vede un annuncio fisico, ad esempio su un cartellone pubblicitario, lo possono vedere anche tutti gli altri. Sul web funziona diversamente: su Facebook e altrove, è possibile rendere gli annunci visibili solo al proprio target, utilizzando diversi elementi, come la posizione, l'età, ecc. Questo si chiama *microtargeting* ed è comunemente usato per gli annunci commerciali. Tuttavia, questo può diventare problematico

per gli annunci politici. Se un politico fa un'affermazione falsa su un cartellone fisico o in TV, i giornalisti sarebbero in grado di smontarla. Se invece la fa in un annuncio microtargettizzato, sarebbe più difficile da identificare e correggere. Di conseguenza, utilizziamo il termine dark ads. Il problema, tuttavia, è stato parzialmente risolto negli ultimi anni. Nel 2019, per rispondere alle aspre critiche ricevute, Facebook ha lanciato una Ad Library in cui sono disponibili tutti gli annunci politici apparsi sulla piattaforma (Constine, 2019). Inoltre, è possibile vedere chi ha pagato l'annuncio. Naturalmente, questi sistemi possono essere ingannati, in quanto si potrebbe fare un annuncio politico non riconosciuto come tale da Facebook o pagare attraverso una persona o un'organizzazione fittizia.

Gli individui svolgono un ruolo importante nell'esercizio delle loro preferenze informative su Internet. Alcuni studi accademici hanno dimostrato che le persone sono più propense a condividere con le loro reti sociali informazioni conformi alle loro convinzioni preesistenti, approfondendo le differenze ideologiche tra individui e gruppi. È stato quindi sostenuto che i social media creano una segregazione ideologica che porta alla creazione di "camere dell'eco". Il termine è una metafora per descrivere la situazione in cui una persona interagisce principalmente con un gruppo di persone che condividono gli stessi interessi o le stesse opinioni politiche (Dubois & Blank, 2018). Un concetto in qualche modo correlato è quello di "bolle di filtraggio", un termine coniato dall'attivista di internet Eli Pariser (What is a Filter Bubble, 2018) per riferirsi all'acquisizione selettiva di informazioni da parte degli algoritmi dei siti web, compresi i motori di ricerca e i post sui social media. Questo può anche favorire la circolazione di fake news. Tuttavia, tra gli studiosi non c'è pieno consenso su come questi fenomeni operino su Internet (Flaxman, Goel & Rao, 2016) e alcuni studi sostengono che il pericolo sia inesistente o sopravvalutato (Fletcher & Nielsen, 2018).

In "Network Propaganda", uno studio completo sulla copertura mediatica delle elezioni presidenziali statunitensi del 2016 pubblicato nell'ottobre 2018, Yochai Benkler, Robert Faris e Hal Roberts sostengono che la causa della situazione attuale non sono i soliti sospetti (social media, propaganda russa e siti web di fake news), ma un cambiamento di lunga data dell'ecosistema mediatico di destra (ad esempio Fox News), che ha abbandonato le norme giornalistiche creando un circuito di feedback della propaganda.

Pur concentrandosi solo sul caso americano, il loro metodo e il loro approccio potrebbero essere utilizzati per analizzare l'ecosistema dei media mainstream in altri Paesi, e molte intuizioni potrebbero essere altrettanto valide. È interessante notare che uno studio condotto nel Regno Unito ha esaminato il ruolo dei tabloid britannici "tradizionali" e ha notato che più gli utenti condividono le notizie dei tabloid sui social media, più è probabile che si impegnino a condividere notizie esagerate o inventate (Chadwick, Vaccari, & O'Loughlin, 2018).

C'è una soluzione?

Poiché i problemi alla base del disordine informativo sono molti e non tutti chiari, è ovvio che, purtroppo, non esiste una pallottola d'argento. In particolare, le soluzioni volte a combattere la disinformazione straniera non possono essere sufficienti, anche se riuscissero ad annullarla completamente, cosa improbabile.

Una parte della soluzione può essere il fact-checking. Il termine di solito si riferisce ai processi di verifica interna a cui i giornalisti sottopongono il proprio lavoro, ma i fact-checker (o debunkers) che si occupano di disinformazione sono coinvolti nel fact-checking ex-post, verificando le notizie di altri media e pubblicandone i risultati. I fatti da soli, tuttavia, non sono sufficienti per combattere la disinformazione (Silverman, 2015), poiché essa può continuare a plasmare gli atteggiamenti delle persone anche quando viene sfatata (Thorson, 2016). Inoltre, le persone che vedono il fact-check spesso non sono quelle che hanno visto la notizia errata,

ma quelle che non l'hanno vista affatto o che l'hanno vista ma hanno riconosciuto o sospettato che fosse falsa in partenza.

L'esclusione della pubblicità dai siti web di notizie false può essere utile contro chi ha solo una motivazione economica. Tuttavia, come abbiamo visto, non tutti i creatori di disinformazione hanno una motivazione economica. Inoltre, questa pratica può essere problematica perché può portare a una forma di censura economica controllata dalle aziende.

L'*alfabetizzazione mediatica* è ampiamente riconosciuta come un fattore chiave di mitigazione della disinformazione, in quanto insegna alle persone a riconoscerla. Essa "non può [...] limitarsi ai giovani, ma deve comprendere anche gli adulti, gli insegnanti e i professionisti dei media" per aiutarli a tenere il passo con le tecnologie digitali (HLEG, 2018). È chiaro che non si tratta di una soluzione rapida. Organizzazioni come l'UNESCO e l'Unione Europea (in particolare con il DigComp) sono state attive nel migliorare l'alfabetizzazione mediatica.

Il ruolo dei *media tradizionali* è fondamentale sotto molti aspetti. Innanzitutto dovrebbero mantenere un elevato standard di qualità: se sono essi stessi fonte di disinformazione con esagerazioni, clickbait, ecc. sono parte del problema, non della soluzione. Se riuscissero a farlo e a recuperare la fiducia che hanno perso, le persone non cercherebbero le notizie in altri luoghi meno affidabili.

Anche alcuni piccoli accorgimenti potrebbero essere utili, come rendere visibile la data dell'articolo nell'anteprima delle immagini sui social network per evitare che vengano utilizzate in un contesto falso. Ma si potrebbe fare di più: la trasparenza sulle fonti (non riservate) e sui metodi può aiutare il pubblico a imparare come funziona il buon giornalismo e a distinguerlo dai cattivi esempi.

Conclusioni per l'educazione

Esistono molti approcci di alta qualità che sono stati sviluppati per lavorare con i giovani sui temi dell'hate speech e della disinformazione. Si va da concetti di workshop della durata di una settimana a corsi brevi adattabili all'uso in classe. Soprattutto per quanto riguarda il lavoro sui social media con i giovani, esistono concetti di alta qualità che coprono l'online e l'offline, dallo sviluppo delle capacità di utilizzo e produzione dei media alla riflessione critica e al consumo dei media, nonché all'osservazione del paesaggio mediatico da una prospettiva di consumismo. Sono incentrati sulle competenze e affrontano conoscenze, abilità, atteggiamenti e valori in modo olistico.

Questi approcci devono essere **trasferiti in contesti di apprendimento permanente** e, grazie a metodologie già ben sviluppate, possono essere facilmente adattati alle esigenze degli studenti adulti.

In particolare, nel campo dell'**educazione alla cittadinanza democratica e ai diritti umani (EDC/HRE)**, questi concetti integrano le tre dimensioni fondamentali della digitalizzazione e dell'educazione civica in modo positivo e stimolante:

- Comprendere come la digitalizzazione stia plasmando le persone e le società, compreso il suo impatto sul lavoro con i giovani e sull'educazione degli adulti.
- Essere in grado di prendere in considerazione le culture digitali delle persone nelle pratiche LLL.
- Essere in grado di incoraggiare le persone a dare forma al processo di digitalizzazione.

Tuttavia, sembrano esserci pochi concetti pedagogici che contestualizzano questi fenomeni a un'analisi dei media e del mercato dei media nei nostri Paesi. È di notevole importanza collegare questi aspetti alle prospettive della democrazia, della formazione dell'opinione e dei diritti umani.

4. Quali vie d'uscita? Nuovi modelli di informazione

"Qualcuno sa come è stata fermata l'Ebola?".

Samantha McCann (Solutions Journalism Network)

Festival internazionale del giornalismo, aprile 2018.

Il filosofo Rolf Dobelli ha scritto nel 2010 "Avoid the News", un saggio in cui ha raccolto quindici argomentazioni contro il consumo dei telegiornali, sottolineando in particolare come questi ultimi sovrastimino alcuni eventi sensazionali (gli incidenti aerei, ad esempio) producendo così una falsa "mappa dei rischi" e amplificando i bias cognitivi degli individui. Come ex drogato di notizie, Dobelli sostiene fermamente che l'assenza di notizie gli ha permesso di concentrarsi sui processi sottostanti di come le cose accadono. Infatti, ritiene che in contrapposizione all'eccesso di notizie, esista un vero e proprio sistema di informazione basato su formati lunghi con potere esplicativo, libri e documentari.

[Secondo Dobelli, la società ha bisogno di due soli tipi di giornalismo: il giornalismo d'inchiesta per chiedere conto al potere e il giornalismo esplicativo che permette alle persone di prendere decisioni informate.](#)

Il suo saggio ha avuto un'eco rilevante tra le organizzazioni dei media. Nei Paesi Bassi, il giornalista Rob Wijnberg ha deciso di pubblicare l'intero saggio sul suo quotidiano, poi si è licenziato e nel 2013 ha fondato il media outlet online De Correspondent, impegnandosi in un "giornalismo collaborativo, costruttivo e senza pubblicità" (Wijnberg, 2020).

I ricercatori sono concordi nell'affermare che la negatività rischia di ridurre piuttosto che aumentare i livelli di motivazione ad affrontare importanti sfide globali come la sostenibilità, il cambiamento climatico e la povertà.

Poiché è dovere dei giornalisti avvisare il pubblico delle minacce, i professionisti sono addestrati a considerare i conflitti e gli eventi negativi come notizie degne di nota (Harcup & O'Neill 2017).

Al contrario, i direttori dei telegiornali percepiscono le notizie inquadrare positivamente come frivole (Baden, 2015). Nel 1993 l'emittente Martyn Lewis ha tenuto un discorso alla scuola di giornalismo dell'Università del Colorado sostenendo la necessità di una copertura più positiva delle notizie, suscitando critiche ed entusiasmo in tutto l'ambiente dei media.

Pur non essendo lo stesso concetto, il giornalismo positivo può assumere la forma di giornalismo risolutivo o costruttivo.

Giornalismo costruttivo

Già nel 1998 il professor Benesch aveva parlato di "ascesa del giornalismo delle soluzioni", una forma di giornalismo esplicativo che mette in evidenza le risposte efficaci a questioni sociali radicate, con l'obiettivo di fornire al pubblico un quadro più completo, attenuando la retorica e bilanciando i pro e i contro. Poiché non mira a intrattenere, si differenzia dal semplice reportage sulle notizie "buone" o "morbide". Mira a facilitare il dibattito pubblico, ma non prende posizione sulle opinioni politiche, differenziandosi così dall'advocacy o dall'attivismo.

McIntyre & Gyldensted (2017) definiscono il giornalismo costruttivo come una forma di giornalismo che prevede l'applicazione di tecniche di psicologia positiva ai processi e alla produzione di notizie, nel tentativo di creare una copertura produttiva e coinvolgente, pur rimanendo fedeli alle funzioni fondamentali del giornalismo. Si tratta di un termine ombrello

che include soluzioni giornalistiche e altre forme di giornalismo. Le tecniche di psicologia positiva si riferiscono alla fornitura di informazioni sulle potenziali soluzioni ai problemi sociali o all'evocazione di emozioni positive nelle notizie. In questo senso, il compito dei giornalisti diventa quello di divulgare le minacce e le opportunità.

Il Constructive Institute, fondato in Danimarca all'interno dell'Università di Aarhus nel 2017, ha riassunto i suoi principi fondamentali:

Il giornalismo costruttivo è	Il giornalismo costruttivo non è
Critico, obiettivo ed equilibrato Affronta temi importanti per la società Basato sui fatti e imparziale Calma nei toni Non cede agli scandali e all'indignazione Unisce, non polarizza Orientato al futuro e al futuro sfumato e contestualizzato	Promuovere un'agenda specifica, oltrepassare il confine tra giornalismo e politica Privo di senso critico o ingenuo Promozione di eroi, governi o organizzazioni della società civile Oscurare i punti di vista critici Attivismo in qualsiasi forma Notizie sminuite, banali o allegre Cedere a false equivalenze/equilibri Sostenere una soluzione piuttosto che un'altra Semplificare eccessivamente problemi complessi o soluzioni a problemi complessi

Fonte: Constructive Institute

Negli ultimi anni i grandi media hanno iniziato a sperimentare il giornalismo costruttivo. Il New York Times ha creato la rubrica "Fixes" basata sulle soluzioni nel 2010, ottenendo una risposta così forte da parte dei lettori che i giornalisti più importanti, David Bornstein, Matthew Rosenberg e Courtney Martin, hanno co-fondato nel 2013 il Solutions Journalism Network, un'organizzazione indipendente e senza scopo di lucro con la missione di rendere il giornalismo delle soluzioni una parte della pratica mainstream nelle notizie. Il Guardian ha seguito nel 2016 lanciando un progetto pilota di giornalismo costruttivo che ha attirato circa il 10% in più di lettori. Nel 2018 ha quindi creato "The Upside", una serie che racconta le persone e le iniziative che lavorano per trovare risposte ai problemi più urgenti della società.

Nel 2018 la professoressa Baden ha studiato l'impatto sulla società delle notizie costruttive. Ha scoperto che l'esposizione a notizie positive determinava una maggiore motivazione all'azione, mentre più gli intervistati si sentivano negativamente dopo le notizie, meno erano motivati ad agire. Anche se le notizie con cornice catastrofica sembrano catturare l'attenzione più delle storie con cornice risolutiva, gli intervistati mostrano una chiara preferenza per queste ultime (Baden, McIntyre & Homberg, 2019).

Giornalismo costruttivo a confronto			
	Breaking news	Investigativo	Costruttivo
Tempo	Ora	Ieri	Domani
Obiettivi	Velocità	Colpa	Ispirazione

Domande	Cosa? Quando?	Chi? Perché?	Cosa fare ora? Come?
Stile	Drammatico	Critico	Curioso
Ruolo	Polizia	Giudice	Facilitatore
Focus	Dramma, conflitto	Delinquenti, vittime	Soluzioni, buone pratiche

Fonte: Constructive Institute

Giornalismo dei dati

Sebbene l'analisi dei dati non sia affatto nuova per il giornalismo e il giornalismo assistito da computer sia praticato fin dagli anni '70, il data journalism "è diventato parte dello standard del settore" (Rogers, 2011) solo dopo la fuga di documenti sulla guerra afghana di Wikileaks nel 2010. Nell'ultimo decennio sono fioriti strumenti, tutorial, festival e premi che hanno reso il data journalism sempre più visibile, al punto che molte redazioni giornalistiche medio-grandi hanno ora un proprio team dedicato ai dati. Le visualizzazioni accattivanti possono trasmettere messaggi in modo più efficace rispetto a lunghi brani di testo e sicuramente funzionano bene sui social media. Per ottenere visualizzazioni, le redazioni hanno sperimentato il data journalism (per essere più precisi, si dovrebbe distinguere tra il data-driven journalism e una forma più libera di giornalismo con i numeri). L'ambiente digitale offre eccellenti opportunità per le storie basate sui dati, che possono essere raccontate in modo interattivo o combinando il testo con grafici, mappe, video e animazioni. Almeno in alcuni Paesi, i team che si occupano di dati hanno acquisito uno status relativamente elevato all'interno delle redazioni, grazie alle loro competenze e al valore aggiunto che possono apportare ai dati di traffico e di coinvolgimento dell'outlet. In genere, tali team sono costituiti da una combinazione unica di competenze, che riunisce giornalisti, sviluppatori e designer.

Il giornalismo dei dati consente alle organizzazioni giornalistiche di esplorare nuovi modi, più digitali ed efficaci per i social media, di raccontare le storie ai lettori. Inoltre, aiuta i media di qualità a mettere in evidenza il valore aggiunto del loro lavoro e le competenze e i costi professionali che ne derivano, sostenendo la necessità di continuare a ottenere la fiducia e il sostegno finanziario dei lettori. Almeno in linea di principio, il data journalism sembra essere particolarmente adatto a rispondere ad alcune delle sfide dell'attuale contesto informativo. Le storie si basano su un determinato insieme di dati, che di solito sono indicati e accessibili a tutti, e i dati originali sono trattati in modo trasparente, tanto che molti articoli sono corredati da una nota metodologica e molti autori condividono il codice che scrivono per analizzare i dati (questo avviene anche perché nella maggior parte dei Paesi c'è una certa sovrapposizione tra le comunità di data journalism e open data). Lo sviluppo di storie basate sui dati richiede la creazione di un team con competenze specifiche, ma può anche essere economicamente vantaggioso, poiché la maggior parte del lavoro può essere svolto da una scrivania.

Il data journalism non è tuttavia la terra promessa di un giornalismo equilibrato e di qualità. I rischi di disinformazione e di errore sono altrettanto elevati nel giornalismo dei dati che in altre forme di informazione, poiché gli stessi numeri possono essere utilizzati per raccontare storie molto diverse, comprese quelle imprecise o fuorvianti. Tralasciando il caso di una lettura intenzionalmente errata dei dati, c'è un serio problema di alfabetizzazione ai dati in molte redazioni, che sono state più veloci nell'innamorarsi del data journalism che nel costruire solide competenze nell'analisi dei dati. L'offerta di corsi di formazione sul giornalismo dei dati sta però aumentando vertiginosamente e l'uso giornalistico senza precedenti dei dati favorito dalla pandemia COVID-19 (compresi innumerevoli casi di notizie inesatte) potrebbe accelerare il

processo, rendendo più basse le barriere di ingresso. Affinché il giornalismo dei dati sia davvero efficace nell'aumentare la fiducia dei lettori nelle notizie e la capacità di individuare i contenuti fuorvianti, è anche essenziale investire nell'alfabetizzazione dei dati dei lettori stessi: i giornalisti devono assicurarsi che i grafici non siano solo accattivanti, ma anche comprensibili per tutti.

Wikipedia

In questo capitolo abbiamo incontrato Wikipedia più volte, poiché a molti studenti viene detto che non è affidabile, mentre molti la usano come fonte di notizie, quindi è importante sapere cos'è e come funziona.

Wikipedia è un'enciclopedia collaborativa online gratuita. I suoi contenuti non solo sono disponibili gratuitamente, ma possono anche essere riprodotti liberamente con una licenza libera. I suoi contenuti sono scritti da volontari e sono sostenuti dalla Wikimedia Foundation, un'organizzazione senza scopo di lucro sostenuta da donazioni.

Wikipedia conta attualmente 1,5 miliardi di visitatori unici al mese in media da luglio 2018 a giugno 2019 (Wikimedia Statistics, n.d.) ed è uno dei siti più importanti del web secondo Alexa (n.d.). È uno dei pochi siti web in posizione elevata a non essere in alcun modo commerciale, non ospitando pubblicità e non vendendo nulla, una scelta fatta per sostenere il suo principio di un punto di vista neutrale (Wikipedia:Punto di vista neutrale, n.d.) evitando possibili influenze da parte di investitori.

Wikipedia è disponibile in circa 300 lingue: le diverse edizioni sono basate sulla lingua e non sul Paese, quindi ad esempio esiste solo una "Wikipedia inglese" e non una americana e una britannica. Ogni edizione linguistica è gestita autonomamente dalla sua comunità, per cui mentre è possibile tradurre da una lingua all'altra, lo stesso articolo può differire in lingue diverse, o addirittura esistere in alcune lingue ma non in altre.

Chiunque può contribuire a Wikipedia, senza fornire il proprio nome, le proprie qualifiche, ecc. È persino possibile contribuire senza creare un account: in questo caso, l'indirizzo IP viene salvato. Sebbene sia possibile consultare la storia completa di ogni articolo, questo non dice molto dei suoi autori: mentre alcuni scelgono di registrarsi con nome e cognome, molti usano un nickname o uno pseudonimo, e non dicono nulla del loro curriculum. Inoltre, ogni modifica è immediatamente efficace senza un controllo preventivo. Queste caratteristiche potrebbero spaventare qualcuno, ma sono anche la ragione del successo di Wikipedia.

Infatti, è nata nel 2001 come progetto collaterale di un'altra enciclopedia libera, Nupedia, che funzionava in modo più simile alle enciclopedie tradizionali, con collaboratori esperti che lavoravano da soli ai loro articoli e un sistema di peer review. Poiché Nupedia non ha avuto molto successo, è stata creata Wikipedia per facilitare la creazione di contenuti da trasferire poi a Nupedia. Tuttavia, Wikipedia ha avuto un successo così grande da diventare un progetto autonomo e Nupedia è stato successivamente chiuso.

Alcuni studi hanno dimostrato la qualità di Wikipedia (Giles, 2005). Sebbene il suo funzionamento non possa garantire che un determinato articolo mantenga una buona qualità in qualsiasi momento, le sue politiche e i volontari che controllano i contributi degli altri (un'attività chiamata *patrolling*) sono stati in grado di creare e mantenere un buon standard. Inoltre, poiché Wikipedia non può chiedere ai suoi lettori di fidarsi dei suoi molteplici e "sconosciuti" autori, le sue politiche richiedono che tutte le affermazioni abbiano una *fonte pubblica e affidabile*. In questo modo, un lettore può dare una prima valutazione della qualità di un articolo sulle fonti citate. Se si ha bisogno solo di una panoramica (e non si tratta di una

situazione di vita o di morte) si può leggere solo l'articolo, altrimenti si può partire da esso per poi passare alle fonti e alle ulteriori letture citate nell'articolo.

Ma mentre Wikipedia può essere usata in modo passivo, in un contesto educativo è probabilmente più utile usarla e impegnarsi attivamente. È stata utilizzata in progetti educativi in cui ai partecipanti è stato chiesto di contribuire. In questo modo possono imparare a conoscere l'argomento su cui stanno scrivendo, a cercare e citare le fonti e a conoscere il funzionamento di Wikipedia.

Ogni articolo di Wikipedia ha una pagina di discussione in cui i collaboratori possono discutere dell'articolo, di come migliorarlo, se certe informazioni sono rilevanti, ecc. Wikipedia ha un codice di condotta rigoroso, quindi, anche se a volte le discussioni possono diventare accese - il conflitto è probabilmente importante quanto la collaborazione (Jemielniak, 2014) - le discussioni su queste pagine tendono a essere molto diverse da quelle che avvengono su social network come Facebook.

Wikipedia è anche migliore di Facebook e di altre piattaforme nel *combattere la disinformazione*: una delle ragioni principali è che il suo scopo non è quello di essere uno spazio per il dibattito, ma di "organizzare la somma di tutta la conoscenza umana", basata su fatti e fonti (Benjacob, 2019). Ciò è stato dimostrato anche durante la pandemia di Coronavirus (Benjacob, 2020). Questo esempio è utile anche per dimostrare che, a differenza delle enciclopedie tradizionali, grazie al suo funzionamento in tempo reale e all'enorme numero di autori, Wikipedia può trattare argomenti recenti e in corso, tra cui gli attacchi terroristici, come esplorato da Ricci, Maneri, & Quassoli (2019).

La Wikimedia Foundation ha condotto un sondaggio sui lettori di Wikipedia nel 2011 (Research:Wikipedia Readership Survey 2011/Results, 2012). Tra i risultati: il lettore medio ha 36 anni; quasi la metà visita il sito più di cinque volte al mese; una leggera maggioranza di lettori è di sesso maschile; Google guida il traffico verso Wikipedia anche se la metà dei lettori cerca specificamente i contenuti di Wikipedia.

Più di recente, uno studio qualitativo del 2016 ha dimostrato che Wikipedia è comunemente usata dai giovani adulti come complemento ai media, per aiutare l'apprendimento e procurarsi informazioni di base (Edgerly, 2017).

5. Alfabetizzazione ai media e all'informazione

L'alfabetizzazione ai media e all'informazione (MIL) è definita dall'UNESCO (2018) come un concetto composito che comprende "un insieme di competenze che consentono agli individui di cercare, valutare criticamente, utilizzare e contribuire con saggezza alle informazioni e ai contenuti dei media; di sviluppare una conoscenza dei propri diritti online; comprendere come combattere l'hate speech online, le informazioni e le notizie false e il cyberbullismo; comprendere le questioni etiche che circondano l'accesso e l'uso delle informazioni; impegnarsi con i media e le TIC come produttori di informazioni e contenuti mediatici per promuovere l'uguaglianza, l'autoespressione, i media e le informazioni pluralistiche, il dialogo interculturale/interreligioso e la pace". Come mostra l'immagine, la MIL include "tutte le forme di media e altri fornitori di informazioni come biblioteche, archivi, musei, Internet, film, indipendentemente dalle tecnologie utilizzate". A volte la semplice alfabetizzazione mediatica viene utilizzata come "termine ombrello" con un significato simile (Media literacy expert group, 2011).

Una definizione alternativa proposta dall'UNESCO (2013) è la seguente:

Media and Information Literacy

"La MIL è definita come un insieme di competenze che mette i cittadini in grado di accedere, recuperare, comprendere, valutare e utilizzare, creare e condividere informazioni e contenuti mediatici in tutti i formati, utilizzando vari strumenti, in modo critico, etico ed efficace, al fine di partecipare e impegnarsi in attività personali, professionali e sociali".

In questo caso, il valore democratico della partecipazione promossa dai media e dalla tecnologia è al centro dell'elaborazione concettuale. La stessa UNESCO (2018) riconosce che i cittadini "raramente sono dotati di competenze MIL per partecipare a ogni aspetto della vita pubblica, al processo democratico e prendere decisioni informate sulla propria vita". Se si vogliono mantenere e sviluppare aspetti democratici cruciali, i cittadini competenti e critici devono essere educati e dotati degli strumenti per decifrare le complessità della società moderna (Carlsson, 2019). Nell'era digitale, caratterizzata da un sovraccarico di informazioni, è fondamentale che ogni cittadino padroneggi gli strumenti di base per valutare le informazioni che riceve. Questo può aiutare a "evitare il rischio di fare scelte importanti (ad esempio sulla salute o su come votare) basate su informazioni errate, e può contribuire a garantire che i nostri dati personali non vengano utilizzati in modo improprio" (APCEIU, 2019).

Un utile riferimento per le competenze di cittadinanza è stato stabilito dall'Unione Europea nel 2013. Essa ha sviluppato il cosiddetto Digital Competence Framework for Citizens (DigComp). Nel 2016 è stato pubblicato il DigComp 2.0, aggiornato nel 2017 al DigComp 2.1. Tra le aree di competenza c'è la prima "Information and data literacy" (DigComp, n.d.). Da un punto di vista pedagogico, la MIL risponde ai tre attributi del discente dell'Educazione alla Cittadinanza Globale (GCED) stabiliti dall'UNESCO (2015).

Un allievo GCED è:

- ___ socialmente informato e criticamente alfabetizzato
- ___ socialmente connesso e rispettoso della diversità
- ___ eticamente responsabile e impegnato

Lo studente può sviluppare questi attributi lavorando sulle tre dimensioni di apprendimento collegate: cognitiva, socio-emotiva e comportamentale. In particolare, nel quadro della GCED, l'educazione MIL può contribuire a prevenire diverse forme di estremismo violento, ad esempio aiutando i discenti a riconoscere la propaganda, la manipolazione delle informazioni e le teorie cospirative (APCEIU, 2019).

Aidan White, fondatore dell'Ethical Journalism Network, sostiene che alcuni valori giornalistici dovrebbero essere inseriti nel "cuore del lavoro di alfabetizzazione ai media e all'informazione". Mentre alcuni di essi non si applicano al di fuori del giornalismo (ad esempio l'imparzialità), altri sono generalmente importanti per tutti i comunicatori nella sfera pubblica, ovvero l'accuratezza e la comunicazione basata sui fatti, l'umanità e il rispetto per gli altri, la trasparenza e la responsabilità (White, n.d.).

L'organizzazione Lie Detectors, con sede a Bruxelles, impiega giornalisti ed esperti di media per insegnare l'alfabetizzazione alle notizie ai bambini delle scuole (Lie Detectors, n.d.). I giochi educativi possono essere d'aiuto: un gruppo di ricercatori ha creato un "gioco delle fake news", in cui i partecipanti devono creare notizie false, e ha dimostrato che li ha aiutati in seguito a riconoscerle, agendo come una sorta di vaccino (Roozenbeek & van der Linden, 2018). Anche le biblioteche pubbliche sono fondamentali (Huysmans, 2016). L'alfabetizzazione mediatica non è necessaria solo per i giovani: uno studio ha dimostrato che gli anziani sono più propensi a condividere notizie false (Guess, Nagler & Tucker, 2019).

danah boyd (con la minuscola), fondatrice del Data & Society Research Institute, ha sostenuto che un'alfabetizzazione mediatica errata può essere pericolosa. Nel 2017 ha scritto: "a troppi studenti che ho incontrato è stato detto che Wikipedia non è affidabile e sono stati invece incoraggiati a fare ricerche". Tuttavia, il risultato della combinazione tra la sfiducia nelle fonti mediatiche e l'incoraggiamento a fare le proprie ricerche è stato che "il messaggio che molti si sono portati a casa è stato quello di rivolgersi a Google e di usare qualsiasi cosa venisse fuori per prima". L'esperienza personale viene privilegiata rispetto alla competenza. Questo la porta a chiedersi provocatoriamente se l'alfabetizzazione mediatica si sia "ritorta contro", sostenendo che "gli approcci educativi standard" non funzionano e che non esiste una soluzione semplice (boyd, 2017).

La situazione in Europa non è uniforme. Secondo l'edizione 2019 dell'Indice di alfabetizzazione mediatica, una pubblicazione annuale dell'Iniziativa per le politiche europee dell'Open Society Institute, "i Paesi dell'Europa nord-occidentale hanno i migliori prerequisiti per resistere alle ramificazioni della disinformazione e quelli dell'Europa sud-orientale sono i più vulnerabili ad essa, mentre i Paesi dell'Europa centrale e orientale peggiorano più rapidamente degli altri nei risultati dell'indice". Hanno notato che i Paesi con punteggi più elevati di alfabetizzazione mediatica tendono ad avere una maggiore fiducia negli scienziati e nei giornalisti (Lessenski, 2019).



Aspetti dell'alfabetizzazione mediatica e informativa

Fonte: UNESCO, 2011. Alfabetizzazione ai media e all'informazione: Curriculum per gli insegnanti, pag. 19 (CC BY-SA 3.0 IGO).

Risorse

Alexa (n.d.). Retrieved from: <https://www.alexa.com/topsites>

APCEIU (2019). Reconciliation, Peace and Global Citizenship Education: Pedagogy and Practice. Retrieved from: <https://www.gcedclearinghouse.org/resources/reconciliation-peace-and-globalcitizenship-education-pedagogy-and-practice>

Baden, D., (2015). Ethical issues in the news sector: Hidden from view. EBEN.

Baden, D., McIntyre, K. & Homberg, F. (2019). The impact of constructive news on affective and behavioural responses. Journalism Studies, 20 (13), 1940-1959. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1545599>

Bainier, C. & Capron, A. (16 April 2019). How to avoid falling for fake news about the Notre-Dame fire. The Observers. Retrieved from <https://observers.france24.com/en/20190416-debunked-france-fake-news-notre-dame-fire-paris>

Barojan, D. (9 October 2018). #TrollTracker: Bots, Botnets, and Trolls. DFRLab/Medium. Retrieved from <https://medium.com/dfrlab/trolltracker-bots-botnets-and-trolls-31d2bdbf4c13>

Beiser, E. (11 December 2019). China, Turkey, Saudi Arabia, Egypt are world's worst jailers of journalists. CPJ. Retrieved from <https://cpj.org/reports/2019/12/journalists-jailed-china-turkey-saudi-arabia-egypt.php>

Benjacob, O. (8 April 2020). Why Wikipedia Is Immune to Coronavirus. Haaretz. Retrieved from <https://www.haaretz.com/us-news/.premium.MAGAZINE-why-wikipedia-is-immune-to-coronavirus-1.8751147>

Benjacob, O. (8 June 2019). There's a lot Wikipedia can teach us about fighting disinformation. Wired. Retrieved from <https://www.wired.co.uk/article/wikipedia-fake-news-disinformation>

Benkler, Y.; Faris, R. & Roberts, H. (2018). Network Propaganda, Oxford University Press.

Benton, J. (17 June 2019). Why do some people avoid news? Because they don't trust us — or because they don't think we add value to their lives? NiemanLab. Retrieved from <https://www.niemanlab.org/2019/06/why-do-some-people-avoid-news-because-they-dont-trust-us-or-because-they-dont-think-we-add-value-to-their-lives/>

boyd, d. (5 January 2017). Did Media Literacy Backfire? Data & Society: Points. Retrieved from <https://points.datasociety.net/did-media-literacy-backfire-7418c084d88d>

Bradshaw, S. & Howard P. N. (29 January 2018). Why Does Junk News Spread So Quickly Across Social Media?, Knight Foundation. Retrieved from https://kf-site-production.s3.amazonaws.com/media_elements/files/000/000/142/original/Topos_KF_White-Paper_Howard_V1_ado.pdf

Brennen, J. S.; Simon, F.; Howard, P. N. & Nielsen, R. K. (7 April 2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/types-sources-and-claims-covid-19-misinformation>

Caranti, N. & Mat, F (2019). Dossier: Disinformation. Osservatorio Balcani Caucaso Transeuropa. Retrieved from <https://www.balcanicaucaso.org/eng/ECPMF/ECPMF-news/Dossier-Disinformation-192000>

Carlsson, U. (ed.) (2019). Understanding Media and Information Literacy (MIL) in the Digital Age. A question of democracy. University of Gothenburg. Retrieved from https://jmg.gu.se/digitalAssets/1742/1742676_understanding-media-pdf-original.pdf

Carmichael, F. & Gragnani, J. (13 September 2019). YouTube advertises big brands alongside fake cancer cure videos. BBC News. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-49483681>

Chadwick, A.; Vaccari, C.; & O'Loughlin, B. (2018). Do tabloids poison the well of social media? Explaining democratically dysfunctional news sharing. New Media & Society, 20(11), 4255-4274. <https://doi.org/10.1177/1461444818769689>

Constine, J. (29 March 2019). Facebook launches searchable transparency library of all active ads. Techcrunch. Retrieved from <https://techcrunch.com/2019/03/28/facebook-ads-library/>

Council of Europe (CoE CM/Rec(2010)7). Recommendation CM/Rec(2010)7 of the Committee of Ministers to member states on the Council of Europe Charter on Education for Democratic Citizenship and Human Rights Education (Adopted by the Committee of Ministers on 11 May 2010 at the 120th Session).

https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cf01f

DigComp, EU Science Hub, European Commission (n.d). Retrieved from <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcomp>

- Digital, Culture, Media and Sport (DCMS) Committee of the House of Commons (July 2018). Disinformation and 'fake news': Interim Report, House of Commons. Retrieved from <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/363/363.pdf>
- Dubois, E. & Blank, G. (2018) The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media, *Information, Communication & Society*, 21:5, 729-745. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Edgerly, S. L. (2017). Seeking Out and Avoiding the News Media: Young Adults' Proposed Strategies for Obtaining Current Events Information. *Mass Communication and Society*, 20(3), 358-377. <https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1262424>
- Farkas, J. & Schou, J. (2018). Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost - The Public*, 25:3, 298-314. <https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>
- Flaxman, S.; Goel, S. & Rao J. M. (2016). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly*, Volume 80, Issue S1, Pages 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>
- Fletcher, R. & Nielsen, R. K. (2018). Automated Serendipity, *Digital Journalism*, 6:8, 976-989, <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502045>
- Flew, Terry (2012). The digital transformation of 21st century news journalism. *Journal of Communications Management*, 13(2), pp. 101-122.
- Giles, J. (2005). Internet encyclopedias go head to head. *Nature* 438, 900-901 (2005). <https://doi.org/10.1038/438900a>
- Guess, A.; Nagler, J.; & Tucker (9 January 2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook, *Science Advances*, Vol. 5, no. 1. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Gunitsky, S. (21 April 2020). Democracies Can't Blame Putin for Their Disinformation Problem. *Foreign Policy*. Retrieved from <https://foreignpolicy.com/2020/04/21/democracies-disinformation-russia-china-homegrown/>
- Harcup, T. & O'Neill, D. (2017). What is News?. *Journalism Studies*, 18:12, 1470-1488. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>
- High Level Expert Group (HLEG) on Fake News and Online Disinformation (12 March 2018). A multi-dimensional approach to disinformation, European Commission. Retrieved from https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271
- Huysmans, F. (2016). Promoting media and information literacy in libraries, European Parliament. Retrieved from [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/573454/IPOL_IDA\(2017\)573454_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/573454/IPOL_IDA(2017)573454_EN.pdf)
- Ireton, C. & Posetti J. (eds.) (September 2018). Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training, UNESCO. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002655/265552E.pdf>
- Jack, C. (August 2018). Lexicon of Lies, Data&Society. Retrieved from <https://www.rcmediafreedom.eu/Publications/Reports/Lexicon-of-Lies>
- Jemielniak, D. (2014). Common Knowledge?: An Ethnography of Wikipedia, Stanford University Press.
- Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy (October 2009). Informing Communities: Sustaining Democracy in the Digital Age, Aspen Institute. Retrieved from <https://production.aspeninstitute.org/publications/informing-communities-sustaining-democracydigital-age/>
- Kueng, L. (2017). Going Digital - A Roadmap for Organisational Transformation, Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-11/Going%20Digital.pdf>
- Kurowska, X., & Reshetnikov, A. (2018). Neutrollization: Industrialized trolling as a pro-Kremlin strategy of desecuritization. *Security Dialogue*, 49(5), 345-363. <https://doi.org/10.1177/0967010618785102>
- Lessenski, M. (2019). Just think about it. Findings of the Media Literacy Index 2019, Open Society Institute Sofia. Retrieved from <https://osis.bg/?p=3356&lang=en>
- Lie Detectors (n.d.). Retrieved from <https://lie-detectors.org/>
- Linville, D. L. & Warren, P. L. W. (July 2018). "Troll Factories: The Internet Research Agency and State-Sponsored Agenda Building" (working paper). Retrieved from http://pwarren.people.clemson.edu/Linville_Warren_TrollFactory.pdf
- MacFarquhar, N. (18 February 2018). Inside the Russian Troll Factory: Zombies and a Breakneck Pace. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2018/02/18/world/europe/russia-troll-factory.html>

Marvick, A. & Lewis R. (2017). Media manipulation and disinformation online, Data & Society. Retrieved from https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf

McIntyre, K. & Gyldensted, C. (2017-01-28). Constructive Journalism: An Introduction and Practical Guide for Applying Positive Psychology Techniques to News Production. The Journal of Media Innovations, Vol 4 No 2. DOI: <https://doi.org/10.5617/jomi.v4i2.2403>

Media literacy expert group (8 June 2011). Register of Commission expert groups and other similar entities, European Commission. Retrieved from <https://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=2541>

Meek, C. (10 March 2006). The online journalism timeline. Online Journalism Features. Retrieved from <https://www.journalism.co.uk/news-features/the-online-journalism-timeline/s5/a51753/>

Miller, C. (9 March 2020). A Small Town Was Torn Apart By Coronavirus Rumors. BuzzFeed News. Retrieved from <https://www.buzzfeednews.com/article/christopherm51/coronavirus-riots-social-media-ukraine>

Mikkelsen, D. (n.d.). 'Man Hiding Under Bed' Photo. Snopes. Retrieved from: <https://www.snopes.com/fact-check/man-hiding-bed-photo/>

Mindich, D.T.Z. (2004). Tuned Out: Why Americans Under 40 Don't Follow the News, Oxford University Press.

Newman, N. (2020). Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020, Reuters Institute for the Study of Journalism. Retrieved from <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-andtechnology-trends-and-predictions-2020/>

Oppen, F. (1894). The fin de siècle newspaper proprietor. Retrieved from <https://www.loc.gov/resource/ppmsca.29087/>

Patterson, T. E. (2008). Young People Flee from the News, Whatever the Source. Television Quarterly. Retrieved from http://www.tvquarterly.org/tvq_38_2/media/articles/06_young_people_flee.pdf

Pizzagate: A slice of fake news (18 November 2017). Reveal. Retrieved from <https://www.revealnews.org/episodes/pizzagate-a-slice-of-fake-news/>

Recommendation CM/Rec(2011)7 of the Committee of Ministers to member states on a new notion of media, Council of Europe. Retrieved from: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805cc2c0

Recommendation CM/Rec(2018)1 of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership, Council of Europe. Retrieved from https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680790e13#_ftn1

Research: Wikipedia Readership Survey 2011/Results (n.d.). Meta (Wikimedia Meta-Wiki). Retrieved from: https://meta.wikimedia.org/wiki/Research:Wikipedia_Readership_Survey_2011/Results

Ricci, O., Maneri, M., & Quassoli, F. (2019). La storia in-diretta. La costruzione delle voci di Wikipedia sugli attacchi terroristici. PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE(2), 285-313.

Richmond, S. (2008). How SEO is changing journalism. British Journalism Review, 19(4), 51-55. <https://doi.org/10.1177/0956474808100865>

Rogers, S. (28 July 2011). Data journalism at the Guardian: what is it and how do we do it? The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/jul/28/data-journalism>

Roozenbeek, J. & van der Linden, S. (2019) The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation, Journal of Risk Research, 22:5, 570-580, DOI: 10.1080/13669877.2018.1443491

Silverman, C. (February 2015). Lies, Damn Lies and Viral Content, Tow Center for Digital Journalism. Retrieved from <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8KH10RQ/download>

Silverman, C.; Singer-Vine, J. (16 December 2016). The True Story Behind The Biggest Fake News Hit Of The Election. BuzzFeed News. Retrieved from <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/the-strangest-fake-news-empire>

Subramanian, S. (15 February 2017). Inside the Macedonian Fake-News Complex. Wired. Retrieved from <https://www.wired.com/2017/02/veles-macedonia-fake-news/>

Tandoc Jr E. C.; Lim, Z. W. & Ling, R. (2018). Defining "Fake News". Digital Journalism, 6:2, 137-153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

The Expression Agenda Report 2017/2018 (2018). Article 19. Retrieved from https://www.article19.org/wp-content/uploads/2018/12/XPA-Report_A19.pdf

Thorson, E., (2016) Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation, Political Communication, 33:3, 460-480, DOI: 10.1080/10584609.2015.1102187

Toff, B. & Palmer R. A. (2019) Explaining the Gender Gap in News Avoidance: “News-Is-for-Men” Perceptions and the Burdens of Caretaking, *Journalism Studies*, 20:11, 1563-1579. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1528882>

Twitter Safety (19 August 2019). Information operations directed at Hong Kong. Twitter blog. Retrieved from https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/information_operations_directed_at_Hong_Kong.html

UNESCO (2011). Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers. Retrieved from <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacycurriculum-for-teachers/>

UNESCO (2013). Global Media and Information Literacy: Country Readiness and Competencies. Retrieved from: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>

UNESCO (2015). Global citizenship education: topics and learning objectives. Retrieved from: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000232993>

UNESCO. Executive Board, 205th, 2018 [388], Document code 205 EX/34 REV., “Media and information literacy”. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265509>

WAN/IFRA, World Press Trends 2019. Wardle, C. (2017). “Fake news. It’s complicated.”, First Draft. Retrieved from <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>

Wardle, C. (October 2019). Understanding Information Disorder, First Draft. Retrieved from https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf

Wardle, C. and Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Council of Europe. Retrieved from <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>

What is a Filter Bubble (2018). Techopedia. Retrieved from <https://www.techopedia.com/definition/28556/filter-bubble>

White, A. (n. d.). “Towards a Programme for Journalism and Media Literacy”, Ethical Journalism Network. Retrieved from <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/publications/ethical-journalism/media-literacy>

Wijnberg, R. (16 January 2020). Podcast: Can you quit the news and still change the world? The Correspondent. Retrieved from <https://thecorrespondent.com/228/podcast-can-you-quit-the-news-and-still-change-the-world/258371283324-0f020b8b>

Wikimedia Statistics (n.d.). Retrieved from <https://stats.wikimedia.org/#/all-wikipedia-projects>

Wikipedia: Neutral point of view (n.d.). Wikipedia. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Neutral_point_of_view

Woodstock, L. (2014). The news-democracy narrative and the unexpected benefits of limited news consumption: The case of news resisters. *Journalism*, 15(7), 834–849. <https://doi.org/10.1177/1464884913504260>

World Health Organization (2020). Novel Coronavirus(2019-nCoV) - Situation Report - 13. Retrieved from <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf>