

*GLI ITALIANI I MEDIA E LE  
FAKE NEWS*

*Rapporto dicembre 2017*



**NOTA INFORMATIVA**

L'Osservatorio sul Capitale Sociale è realizzato da Demos - Coop. Sondaggio Demetra con metodo MIXED MODE (Cati - Cami - Cawi). Periodo 28 novembre - 2 dicembre 2017.

Il campione (N=1316, rifiuti/sostituzioni/inviti: 14.137) è rappresentativo della popolazione italiana con 15 anni e oltre, per genere, età, titolo di studio e area, ed è stato ponderato in base alle variabili socio-demografiche (margine di errore 2.7 %).

L'indagine è stata diretta, in tutte le sue fasi, da Ilvo Diamanti. Luigi Ceccarini, Martina Di Pierdomenico e Ludovico Gardani hanno curato la parte metodologica, organizzativa e l'analisi dei dati.

I dati sono arrotondati all'unità e questo può portare ad avere un totale diverso da 100.

Documento completo su [www.agcom.it](http://www.agcom.it)

## FRA BUONE, CATTIVE E FALSE NOTIZIE

di Ilvo Diamanti

Gran parte degli italiani, ormai, si informa prevalentemente, se non solo, su Internet. E, in misura sempre più larga, attraverso i social-media. È ciò che emerge dall'indagine condotta da Demos-Coop nei giorni scorsi.

Così, anche la dis-informazione corre veloce, lungo gli stessi canali. Alle News si affiancano, talora si sovrappongono e si sostituiscono le fake- News.

D'altronde, la Rete è accessibile a tutti. Uno strumento di comunicazione democratica. Fin troppo, forse. Perché tanto libero da essere poco controllato. Da ciò i problemi. Che da qualche tempo vengono sollevati e denunciati, come origine di interferenze che avrebbero condizionato avvenimenti internazionali e nazionali di grande importanza.

Fra tutte: le elezioni americane, a favore di Trump. Ma avrebbero interferito, si è detto, anche su quelle italiane. In diverse occasioni. I responsabili sarebbero "produttori di fake", che agiscono in alcuni luoghi protetti.

Per prima la Russia. Tuttavia non avrebbero potuto condizionare gli orientamenti della società se non si fosse verificata, in pochi anni, una vera rivoluzione nelle pratiche e nei sistemi di informazione e di formazione dell'Opinione pubblica.

Infatti, per informarsi, dieci anni fa, il 30% degli italiani ( intervistati) utilizzava, ogni giorno, i quotidiani cartacei. Il 25% consultava internet. Oggi il rapporto si è rovesciato. In misura molto marcata. Il 63% si informa attraverso internet. Sempre più, anzi, soprattutto, attraverso lo smartphone. Il 58% di essi: è sempre connesso. Con il telefonino fra le mani.

Dovunque. Solo il 17%, invece, si informa attraverso i giornali " di carta". Questo " rovesciamento", in effetti, si è consumato in un periodo molto breve. In particolare: negli ultimi anni. Il ricorso a internet, nel biennio 2014- 15, era già salito quasi al 50%. Pressoché il doppio rispetto ai quotidiani di carta, nel frattempo scesi al 24- 26%.

Ma negli ultimi due anni il distacco si è accentuato ulteriormente.

E oggi, nel 2017, è divenuto quasi un abisso: 63% su internet, 17% su carta. I giornali, cioè, continuano ad essere consultati. Ma in tempo reale, su internet.

Gli altri media hanno tenuto le loro posizioni. La televisione: davanti a tutti gli altri.

Consultata quotidianamente da oltre 8 italiani su 10. E quindi sempre importante, per (in)formare l'opinione pubblica.

Poi la radio. Il medium che continua ad essere considerato più affidabile. Ma la rete ha occupato spazi sempre più ampi. In settori di popolazione sempre più estesi e trasversali. Fra i giovani e non solo.

Utilizzando il traino dei Social Media. Destinati a divenire presto il crocevia di ogni comunicazione e di ogni informazione. ( Lo documenta, in modo efficace, un recente studio di Vittorio Meloni, pubblicato da Laterza: " Il crepuscolo dei Media").

Così, le informazioni tendono a diffondersi e a venire diffuse in modo rapido. Anzi: immediato.

Scavalcano mediazioni e media. Ma, di conseguenza, anche i controlli. Che vengono affidati agli stessi canali. La rete e social- media. Tutti, cioè, possono controllare tutti. E tutti, al tempo stesso, possono entrare nella rete. Introducendo e diffondendo informazioni. Immediate. Difficili da controllare. Anche perché, in rete, talora, anzi, spesso, la news, la novità, ha valore in sé. La verifica: verrà dopo. Perché domani è un altro giorno. Si vedrà.

Così, oggi, metà degli italiani ammette di aver creduto " vera" una notizia letta su internet, che poi si è rivelata " falsa". Ma solo il 22% afferma di non essere mai stato " ingannato". In particolare: coloro che in rete ci vanno in modo saltuario. E, per questo, sono meno esposti ai messaggi che vi circolano. Tuttavia, internet non è solo il luogo dell'inganno, ma, per sua natura, anche della de-mistificazione. Dell'auto- controllo. D'altra parte, un italiano su tre ( 34%) considera Internet il canale dove l'informazione circola " più libera e indipendente". Il 44% dichiara di avere fiducia, nella rete. Un dato in crescita di 7 punti, negli ultimi due anni, dopo un periodo di declino, successivo al 2013. Probabilmente dettato da giudizi e pregiudizi politici.

Visto il collegamento immediato con il risultato del M5s alle elezioni politiche di quell'anno. Gli elettori dei 5s, peraltro, sono fra quelli che ammettono, in maggior misura, di aver creduto nelle " False notizie" che circolano in rete. Rilanciandole, a loro volta. Lo stesso si osserva tra i più giovani. Perché la confidenza con internet espone alle fake news. Ma, al tempo stesso, fornisce strumenti e competenze per farvi fronte. Prima degli altri.

Così, se circa metà degli italiani sostiene di essere caduto nella trappola, per la precisione, nella " rete" delle fake news, quasi altrettanti riconoscono di averle riconosciute — e demistificate — con lo stesso — e " nello" stesso — mezzo. Cioè, in rete. Su internet. Il rischio maggiore, per questo, è che le voci infondate si riproducano con " altri media". In particolare, la tivù. Il cui pubblico " esclusivo" è anche il meno

attrezzato a riconoscerle. Comunque, a esercitare la " sfiducia preventiva". Per questo motivo, mentre ci avviciniamo alla campagna elettorale, e anzi ci siamo già entrati, è meglio " diffidare". Valutando con attenzione, quel che passa sulla rete. Ma anche in tv e sui media " tradizionali". I quali, tradizionalmente, rilanciano — e amplificano — i messaggi che promettono più audience. Falsi o veri, si vedrà. Più avanti.

Al tempo stesso, a maggior ragione, c'è bisogno di Osservatori che vigilino non solo sulla " Par condicio", ma sulla " verità" delle news. Per evitare, oggi più che mai, di entrare in un clima d'opinione e, dunque, in un clima elettorale, inquinato. Da false notizie, falsi sondaggi, false rappresentazioni. Fino a produrre una fake campaign...

## GIOVANI E COLTI, ECCO LE PRIME VITTIME CI CASCANO DI PIÙ GRILLINI E FORZISTI

di Luigi Ceccarini

Le bufale nello spazio pubblico non sono una novità. Ci sono sempre state. Ma oggi, con la pervasività dei social, le fake news sfidano la democrazia e la credibilità dell'informazione. Per questo nascono varie iniziative civiche, come il decalogo del *digitaltransformationinstitute.it*, per affrontare il problema. Il ruolo delle fake news diventa sempre più insidioso nel processo di formazione dell'opinione pubblica (e della scelta di voto). In Italia sono diventate un argomento centrale in questo avvio di campagna elettorale. Del resto le vicende internazionali legate alla Brexit e alla elezione di Trump e il loro nesso con le fake news, per cui viene sospettato Putin, ha reso l'argomento di un'inedita importanza. A ciò si collegano questioni prettamente nostrane come il dibattito legato al SI/ NO- VAX oppure l'esito del referendum costituzionale di un anno fa, secondo alcuni viziati ad arte dalle fake news.

La ricerca Demos-Italiani.coop permette di affrontare il tema con alcuni dati. Il 40% degli italiani, con 15 anni e più, afferma di avere incontrato « spesso o qualche volta » nel web notizie che si sono poi rivelate false. Il dato sale al 56% se si considera quanti hanno creduto « raramente » a queste notizie (ma le hanno comunque credute vere). Le fake news si sono propagate in rete e di rimbalzo nei media tradizionali, quindi nel dibattito pubblico. Del resto, uno su dieci le aveva condivise prima di scoprirle. Si arriva al 23% con quanti affermano di averle sì condivise ma solo « raramente ».

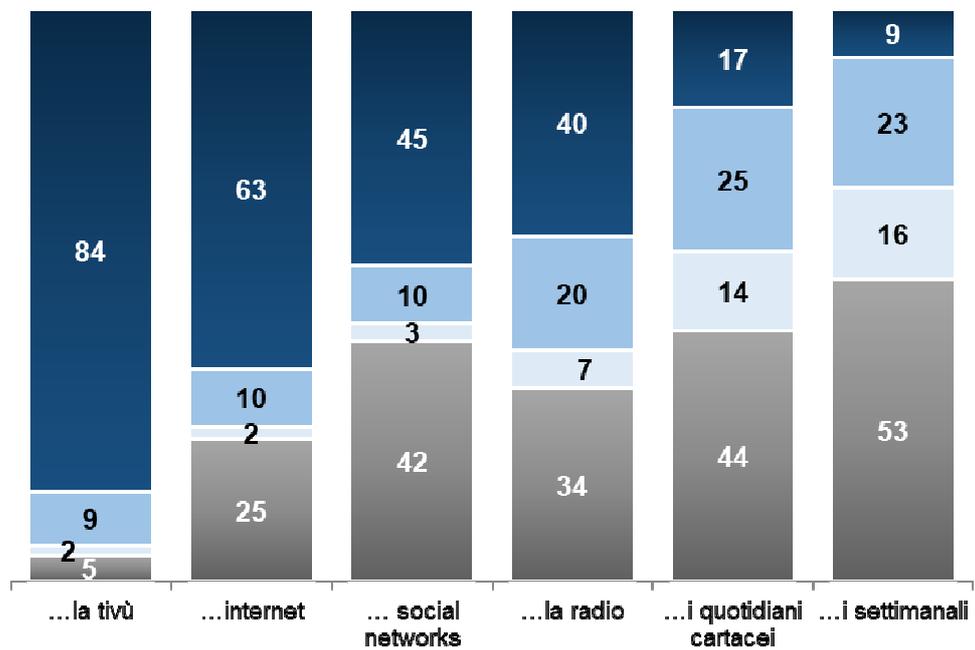
Credele nelle fake news e diffonderle si associa, ovviamente, ad un uso frequente della rete. Le hanno ritenute vere (« spesso o qualche volta ») il 40% degli utenti saltuari contro il 54% degli always-on in mobilità. Il dato cresce parallelamente per le condivisioni, dal 10 al 15%. Gli utenti dei social le condividono nel doppio dei casi (16% vs 8%) rispetto agli utenti senza un account social. Sono i giovani, tra 25 e 34 anni, ad avere creduto (63%) e condiviso (18%) maggiormente le fake news. Non si registra alcuna differenza di genere. Si tratta, poi, di soggetti con un alto livello di scolarizzazione; a ribadire quanto insidiose siano anche per internauti con maggiori risorse culturali. Qualche distinzione si registra invece tra i vari elettorati. Quelli del PD (33%) e della Lega (37%) affermano in misura minore di avere creduto in fake news. Più elevato è il dato tra i grillini (52%) e tra i forzisti (49%). Anche l'averle condivise riporta questa differenza. Da un lato gli elettori del PD, che affermano di avere

condiviso inavvertitamente fake news nel 5% dei casi. Tra quelli del M5s il dato sale al 22%. Ma questo non riflette un differente orientamento verso la post-verità. Rimanda invece al profilo dei rispettivi elettorati: più o meno giovani, e più o meno utenti assidui della rete.

**COME SI INFORMANO GLI ITALIANI**

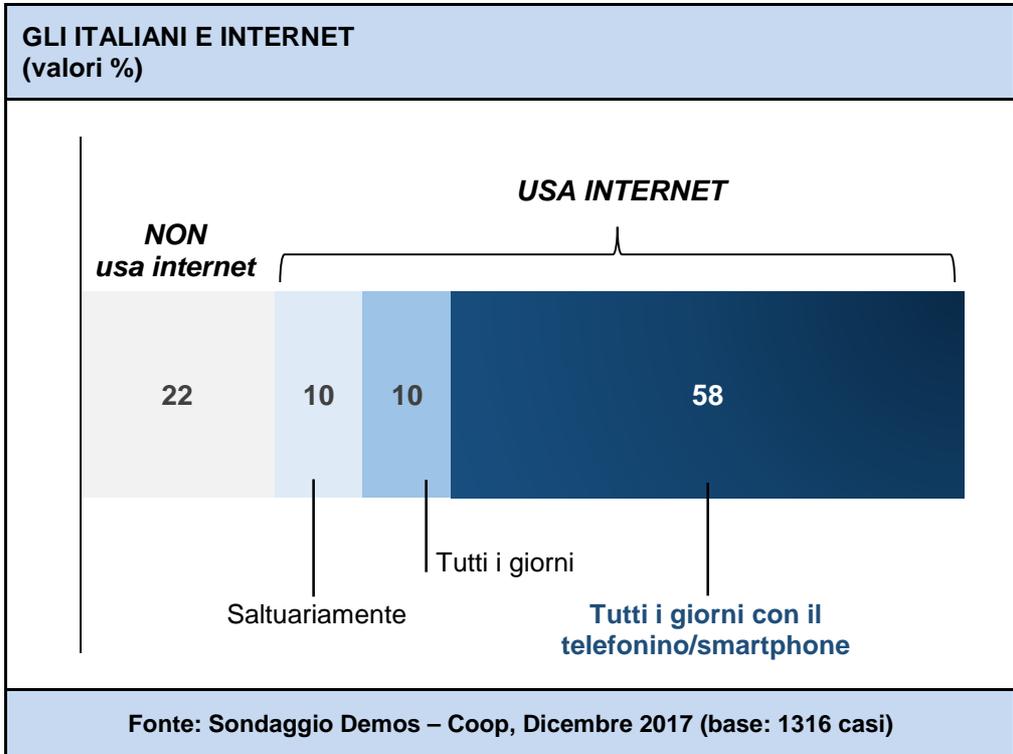
Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori %)

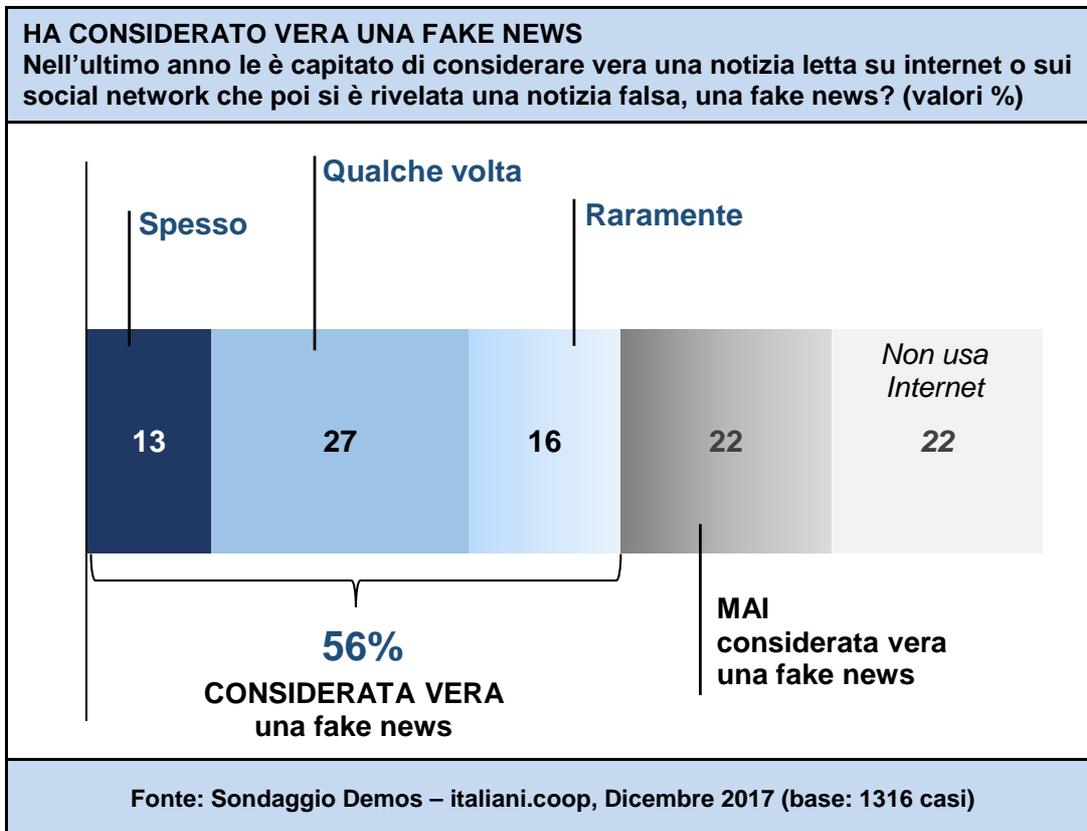
- TUTTI I GIORNI**
- Qualche volta alla settimana
- Qualche volta al mese
- Mai o Meno di una volta al mese



Fonte: Sondaggio Demos – Coop, Dicembre 2017 (base: 1316 casi)

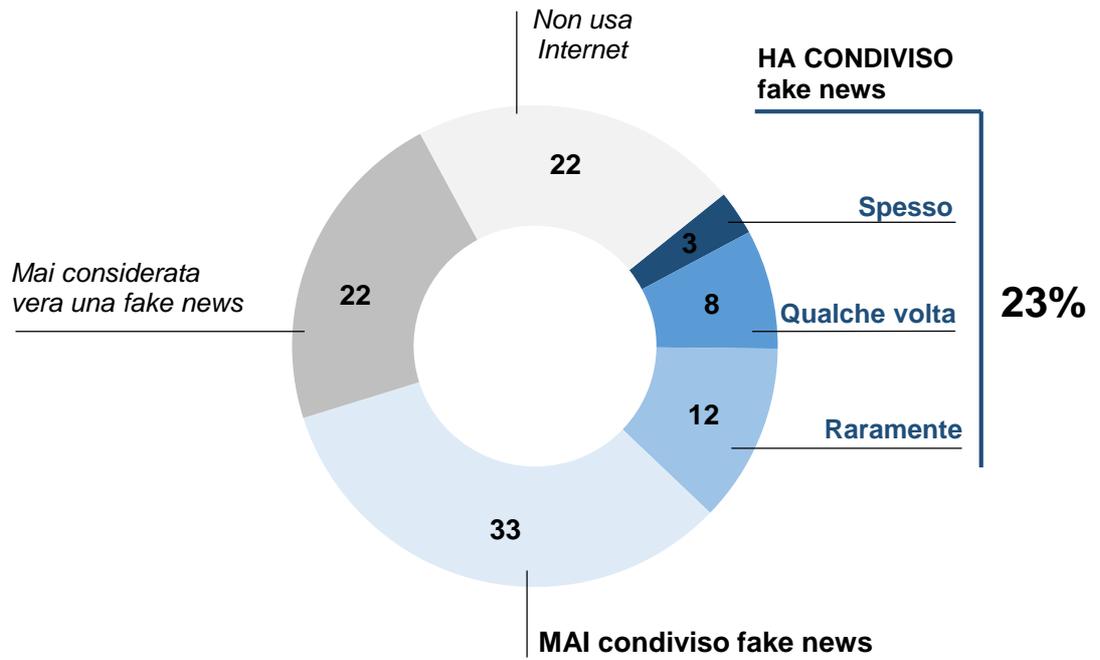
MENO GIORNALI E PIÙ WEB: IL TREND Per tenersi informato con che frequenza utilizza...							
%TUTTI I GIORNI							
	2017	2015	2014	2013	2012	2011	2007
...la tivù	84	82	81	80	80	84	87
...internet	63	49	49	47	40	39	25
...social networks	45	28	<i>Non rilevato</i>				
...la radio	40	38	39	40	34	38	41
...i quotidiani cartacei	17	26	24	25	25	28	30
... i settimanali	9	7	9	9	6	5	6
Fonte: Sondaggio Demos – Coop, Dicembre 2017 (base: 1316 casi)							





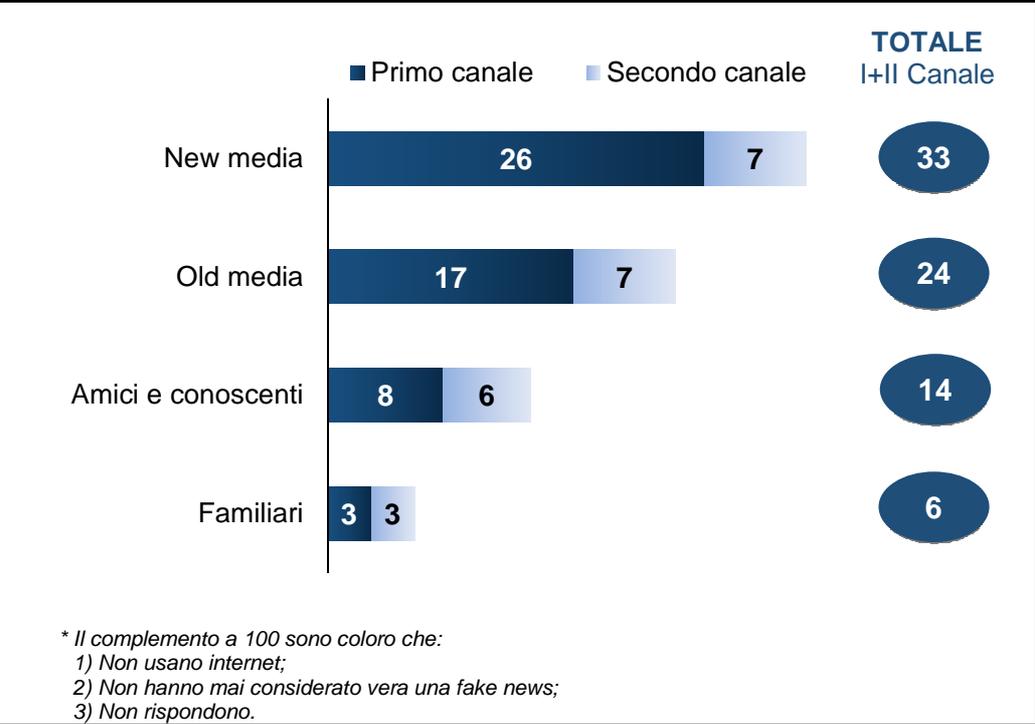
**HA CONDIVISO FAKE NEWS**

Prima di scoprire che si trattavano di fake news aveva già condiviso le notizie su internet/social network? (valori %)



Fonte: Sondaggio Demos – italiani.coop, Dicembre 2017 (base: 1316 casi)

**DOVE HA SCOPERTO FAKE NEWS**  
 Quali sono i canali principali attraverso i quali ha scoperto che si trattava di una notizia falsa, una fake news? Me ne può indicare un altro? (valori %)



**Fonte: Sondaggio Demos – italiani.coop, Dicembre 2017 (base: 1316 casi)**

