

Uno studio in America dimostra quanto poco i più giovani sappiano riconoscere le falsità che circolano in rete

L'insospettabile ingenuità dei nativi digitali

FEDERICO RAMPINI

NEW YORK

Nativi digitali: i ragazzi venuti al mondo quando Internet esisteva già. Abituati a muoversi nelle nuove tecnologie come pesci nell'acqua, dovrebbero essere i più smalizati e astuti nel percepire i tranelli della Rete, giusto? Sbagliato. Al contrario, per la maggior parte non sanno distinguere notizie false o vere, fonti serie o inattendibili, teorie scientifiche o bufale oscurantiste, rivelazioni credibili o leggende metropolitane. Insomma i "nativi" sono di un'ingenuità disarmante. E molto pericolosa: per loro stessi, per la società, per la salute delle nostre democrazie. L'allarme viene dalla Graduate School of Education di Stanford, al termine di una lunga ricerca sul campo, un'indagine che ha coinvolto studenti della secondaria, dei licei, e dell'università. Non è uno studio fatto in fretta e furia per cavalcare il dibattito sul

fenomeno Donald Trump, il tema delle "fake-news" e della realtà post-fattuale. No, lo studio condotto dallo Stanford History Education Group (Sheg, consultabile su questo link <https://ed.stanford.edu/node/10003?newsletter=true>) ebbe inizio nel gennaio 2015, prima ancora che Trump si candidasse. Le conclusioni, come spiega il professor Sam Wineburg che ha fondato il centro di

ricerca, rivelano «una inquietante incapacità degli studenti di ragionare sull'informazione che vedono in Rete, la difficoltà a distinguere la pubblicità dalle notizie, o a identificare le fonti delle news». Crolla un mito, dunque: «Molti danno per scontato», prosegue lo stesso Wineburg, «che i giovani essendo a loro agio nei social media sono anche sagaci, lucidi nel valutare i contenuti, invece la nostra

ricerca dimostra l'esatto contrario».

La celebre denuncia di Umberto Eco sulla «invasione degli imbecilli», assume una gravità superiore. Nel giugno 2015, ricevendo una laurea honoris causa a Torino, Eco disse: «I social media danno diritto di parola a legioni di imbecilli che prima parlavano solo al bar dopo un bicchiere di vino, senza danneggiare la collettività. Veniva-

no messi subito a tacere, mentre ora hanno lo stesso diritto di parola di un Premio Nobel».

Il problema indicato dalla ricerca di Stanford, è che intere generazioni non sanno proprio distinguere tra un Nobel e un imbecille? Lo stesso Eco dalla sua invettiva traeva una conclusione operativa: «I giornali dovrebbero dedicare almeno due pagine all'analisi critica dei siti, così come i professori dovrebbe-

bero insegnare ai ragazzi a utilizzare i siti per fare i temi». È proprio quello che si prefiggono gli studiosi di Stanford. Anche loro partono dalla consapevolezza che «l'invasione degli imbecilli» — o peggio ancora dei faziosi, disseminatori di falsità, calunnie — è un problema sociale e politico di massima importanza. «La democrazia», avverte il sito della Stanford Graduate School of Education, è minacciata dalla facilità con cui la disinformazione sui temi civici viene tollerata, si diffonde e fiorisce».

Il direttore dello Sheg, Joel Breakstone, condivide con Eco il richiamo al ruolo della scuola; ma constata che gli stessi prof sono allo sbaraglio, e se cercano dei supporti educativi non li trovano: «Gran parte del materiale sulla credibilità della Rete è fermo allo stato dell'arte sul finire degli anni Novanta. Il mondo è cambiato ma molte scuole sono inchiodate nel passato».

I test usati nelle scuole ameri-

cane sono rivelatori. «A tutti i livelli», dicono i ricercatori, «siamo rimasti esterrefatti dall'impreparazione degli studenti». Citano l'esempio delle scuole medie dove hanno voluto saggiare capacità di distinguere articoli e tweet affidabili o meno. Un esercizio semplice: ti puoi fidare di un articolo su un tema finanziario, se l'autore è dipendente di una banca o l'articolo è sponsorizzato? Molti ragazzi non esaminano l'autore o la sponsorizzazione prima di capire se crederci o no. L'80 per cento non sa riconoscere la pubblicità redazionale dagli articoli fattuali.

Passando alla politica, e alla secondaria superiore, un test sottoponeva agli studenti diversi annunci sulla candidatura di Trump, segnalati attraverso Facebook. Alcuni venivano dalla Fox News, altri da un account che si spacciava per Fox News: il 30 per cento preferiva quest'ultimo perché presentato in veste più attraente. Idem a livel-

lo universitario dove alcuni test vertevano sulla capacità di selezionare i risultati delle ricerche su Google. Su un tema politicamente scottante — la falsa accusa ad un esponente democratica di volere "l'eutanasia di Stato" — anche la generazione che va al college fa molta fatica a distinguere fonti autorevoli, indipendenti, dai disseminatori di bugie interessate. A volte basta arricchire un sito con qualche link che rinvia a fonti serie, per attirarli in trappola.

La ricerca è stata condotta in 12 Stati Usa, sottoponendo ai test 7.800 studenti, con un ventaglio di situazioni socio-economiche e culturali, dai quartieri poveri di Los Angeles ai sobborghi residenziali benestanti di Minneapolis.

Il progetto Stanford non si ferma alla constatazione dell'abissio d'ignoranza e impreparazione. Vuole offrire alle scuole e alle università gli strumenti per ovviare a queste lacune. Lo Sheg ha elaborato una sorta di

kit ad uso dei prof che vogliono integrare i loro corsi sui due terreni gemelli: «Digital literacy — Informed citizenship», alfabetizzazione digitale per una cittadinanza informata. Dall'istituto californiano partono regolarmente in missione dei prof che vanno a tenere seminari nelle università e nelle altre scuole, per insegnare come s'insegna questa alfabetizzazione digitale. Una prima versione del loro kit (curriculum, nel senso inglese) è dedicata alla verifica delle fonti d'informazione negli studi di scienze sociali, ed è già stata scaricata 3,5 milioni di volte, viene adottata da diversi provveditorati scolastici. È uno sforzo ancora all'inizio. Una montagna da scalare. In fondo il punto di partenza, lo stato dell'arte, non è molto diverso da quando la prima televisione fece irruzione in paesi ancora poveri, irrorando di informazione e spettacolo vaste sacche di analfabetismo tout court; e per molti valeva il principio «è vero, lo ha detto la tv».

Molti interpellati fanno fatica a distinguere le fonti autorevoli dai disseminatori di bugie

Torna attuale Umberto Eco che denunciava "l'invasione degli imbecilli su Internet"

