

L'importanza di un percorso di Media Literacy

Prof. Francesco Pira*

Da tanti anni collaboro al progetto "Il Giornale in Ateneo" e lo faccio con convinzione e passione proprio perché convinto della grande importanza che possano avere i media, se ben utilizzati come strumenti didattici.

In questi anni i quotidiani che ci sono stati messi a disposizione dall'Osservatorio ci hanno permesso di lavorare attorno alla costruzione e alla diffusione della notizia, ma anche di sviluppare progetti sul contrasto alle fake news. Utilissimo questo progetto per gli studenti che seguivano i corsi di comunicazione istituzionale e teorie e tecniche del linguaggio giornalistico per la laurea triennale e per quelli che seguivano il mio corso di giornalismo web e comunicazione strategica della magistrale.

La collaborazione fitta e attiva con l'Osservatorio ci ha permesso, anche attraverso i questionari proposti ai docenti e agli studenti, di monitorare il livello di gradimento e di adattare negli anni gli interventi didattici.

Nell'era dell'intelligenza artificiale e del Metaverso il ruolo del giornalista è cambiato e deve fronteggiare l'emotivismo diffuso e la crisi di credibilità. Le emozioni stanno ormai prevalendo nell'interpretazione dei fatti e nei processi di costruzione dell'opinione pubblica.

La crisi crescente del giornalismo e la perdita di credibilità e reputazione dei media tradizionali si è innestata in una crisi più ampia che sta investendo le istituzioni, i governi e le basi della democrazia per come le abbiamo vissute a cavallo tra la seconda metà del novecento e primi del ventunesimo secolo.

Ecco, perché è importante che anche il giornalista sappia muoversi nell'era del Metaverso.

La digitalizzazione come processo e la velocità con cui la tecnologia produce nuovi strumenti hanno fatto sì che mai come in questa epoca storica siamo sommersi da una overproduzione di dati che devono essere decifrati, interpretati e compresi. Un cambiamento epocale che riguarda la società e soprattutto le persone.

Il caposaldo del giornalismo è la verifica delle fonti, la notizia è tale se è verificata, se ha un riscontro. Le indiscrezioni, i *rumors*, sono spesso diventati la fonte delle notizie. Si scrive tutto e il contrario di tutto.

Che cosa sta accadendo? Il sociologo Manuel Castells ha affermato che i media sono lo spazio dove si costruisce il potere, risulterà evidente che nella società in rete i media, sempre più commerciali, cercheranno di conquistare un pubblico e utilizzeranno anche le notizie per costruire la propria audience. Gli individui prendono le proprie decisioni, costruiscono le proprie opinioni sulla base dell'elaborazione derivante da immagini e informazioni che ricevono attraverso i media. In una società che domina le attività degli individui, anche di coloro che sono esclusi, esterni alle reti, il rischio manipolazione è molto alto.

La questione su cosa si intenda oggi per giornalismo nell'era della società in rete, dove tutti siamo nodi e comunichiamo, e dove il concetto di *autocomunicazione di massa* è divenuto realtà sociale diffusa, resta il punto nodale.

Gli individui formano il proprio agire sociale sulla base dell'elaborazione delle informazioni che ricevono, e su questo punto i media giocano un ruolo centrale basato sulla loro credibilità. Ora perché il processo si compia è necessario che si concretizzi una relazione che è anche momento di apprendimento.

La credibilità informativa è la credibilità che si attribuisce al "narratore" o al testimone che si colloca come mediatore tra noi e i fatti, gli eventi che vengono riferiti. È tipicamente la credibilità attribuita (e richiesta) ai mezzi d'informazione.

Dunque al giornalista è attribuito il ruolo di mediatore, e questa connotazione tipica non avrebbe dovuto cambiare nel tempo. Nel corretto esercizio di questa funzione si esplica il fattore credibilità.

Il problema delle fonti sta assumendo una dimensione critica. L'ascesa dei social network e della realtà virtuale sembra aver soppiantato la verifica delle fonti, basta una dichiarazione di un personaggio pubblico su Twitter o Facebook perché questa si trasformi in notizia. Si rischia di annullare così il ruolo di mediazione proprio del giornalista, colui che è capace di tradurre il fatto in notizia e di trasformarlo in una semplice cassa di risonanza, un nodo tra i nodi della rete.

Esiste una sola via, quella di prendere atto del cambiamento di contesto, fare lo sforzo di comprendere il cambiamento. Il giornalismo deve reinventarsi perché la capacità di far circolare informazioni, vere ma anche false, dei social media ha creato una circolazione parallela, anche in Italia delle notizie e anche di commenti che dalla rete arrivano alle radio, le tv e i giornali quotidiani o periodici.

Il vero cambiamento può realizzarsi se si è in grado di offrire un terreno fertile per la crescita di una nuova cultura, di fornire strumenti di comprensione del nuovo contesto e delle sue dinamiche.

Qui sta il punto di partenza per un'evoluzione del ruolo del giornalista, che mai come in questo momento non può andare in deroga ai principi cardine della professione, ma deve avere la forza di capirli come adattarli alle dinamiche relazionali della società 3.0. Avere la consapevolezza della responsabilità, piuttosto che quella del potere di comunicare.

Il giornalismo costretto a fronteggiare l'arrivo dell'Intelligenza artificiale e degli algoritmi. Non basta fronteggiare l'arrivo del Metaverso, perché è necessario saper rispondere anche agli effetti dell'intelligenza artificiale e agli algoritmi.

L'intelligenza artificiale è molto presente nelle nostre vite e la tecnologia ci regala un mondo sempre più all'avanguardia e se gestita in modo corretto dà risultati grandiosi, ma bisogna

stabilire qual è il confine che non deve essere superato e quali sono i pericoli che bisogna fronteggiare e uno dei pericoli più gravi è la disinformazione.

I ricercatori di NewsGuard Technologies hanno pubblicato un report il 23 gennaio 2023. Il loro intento è quello di lottare contro la disinformazione. I tre ricercatori - Jack Brewster, Lorenzo Arvanitis e McKenzie Sadeghi - hanno cercato di costruire teorie cospirazioniste, consegnandole all'intelligenza artificiale e hanno inserito una sequenza di istruzioni riconducibili a cento narrazioni false.

“I risultati - chiariscono - confermano i timori, e le preoccupazioni espresse dalla stessa OpenAi (l'azienda che ha creato ChatGpt, ndr) sulle modalità con cui lo strumento potrebbe essere utilizzato se finisse nelle mani sbagliate. ChatGPT ha generato narrazioni false, sotto forma di dettagliati articoli di cronaca, saggi e sceneggiature televisive, per 80 delle 100 bufale precedentemente identificate”.

Questo fa pensare che l'intelligenza artificiale potrebbe favorire ulteriormente la disinformazione. NewsGuard è stata capace di generare esempi di disinformazione.

Alla domanda: *“In che modo dei malintenzionati potrebbero utilizzarti come arma per diffondere disinformazione”* il chatbot ha risposto: *“Potrei diventare un'arma nelle mani di malintenzionati qualora questi perfezionino il mio modello con dati propri, che potrebbero includere informazioni false o fuorvianti. Potrebbero anche usare i testi che genero in modo che possano essere estrapolati dal contesto farne un utilizzo che non era stato previsto”.*

Mi ha davvero colpito questa notizia e questa analisi, perché ho condotto diversi studi sulla falsificazione della realtà e sulle fake news.

Le false notizie e più in generale la falsificazione, distorsione della realtà sembrano un segno caratterizzante dello sviluppo della civiltà umana. Molto spesso, all'interno delle piattaforme online si sviluppano la misinformazione e la disinformazione.

La disinformazione mi permette di immettere nel mercato dell'informazione una notizia falsa e tento di diffonderla il più possibile. La misinformazione avviene quando condivido la notizia falsa inconsapevolmente non rendendomi conto che è falsa e la faccio girare. Proprio per questo motivo c'è la velocità e anche un doppio effetto negativo. Chi organizza la disinformazione, o chi inconsapevolmente fa girare notizie attraverso la misinformazione, immette tutto nel grande circuito del web o dei media. Le fake news hanno delle caratteristiche che le rende virali, veloci e crossmediali. Una volta immesse in rete diventano incontrollabili. L'intelligenza artificiale può generare anche i Deep fake ossia foto, video e audio creati grazie a software di intelligenza artificiale AI che da contenuti reali modificano o trasformano i tratti di un viso o riproducono la voce in maniera fedele all'originale.

Nel volume “Giornalismi”, scritto con il collega Andrea Altinier, abbiamo tracciato un modello, che abbiamo definito esagono delle fake news, per identificare quelle caratteristiche che fanno delle fake news una “arma di disinformazione di massa”. Di fatto le false notizie, la disinformazione, intesa come l'uso strumentale e manipolatorio delle informazioni per

definire una specifica narrazione e visione del mondo, la disinformazione, intesa come informazione senza alcuna attinenza al reale ma non con intento manipolatorio, sfruttano le dinamiche di circolazione dei flussi informativi sulla Rete per penetrare nei diversi nodi e sfruttare l'effetto a cascata che le piattaforme social favoriscono. La velocità e la crossmedialità, ossia la capacità di passare da un media ad un altro, fanno sì che le fake news, immerse nel vortice della nuova comunicazione, hanno un peso, una capacità di produrre danni enormemente più grande che in qualunque altro momento storico.

L'intelligenza artificiale può davvero sostituirsi all'uomo? Un algoritmo può davvero scrivere per noi? Stiamo dimenticando il vero ruolo del giornalismo e bisogna riconquistare l'autorevolezza perduta.

La battaglia contro le fake news può essere vinta, ma dipende principalmente da noi. Dietro l'industria delle fake news e delle truffe online si muovono grandi interessi e grandi profitti. La disinformazione è una rivale spietata e va spesa ogni nostra energia per affrontarla. Possiamo farcela se facciamo vincere la solidarietà, il senso di responsabilità e se siamo disposti a formarci, partecipando attivamente anche alle campagne di sensibilizzazione e di prevenzione.

Professore Associato di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi

Delegato del Rettore alla Comunicazione Direttore Master in Esperto

Comunicazione Digitale per la Pubblica Amministrazione e l'Impresa

Dipartimento Civiltà Antiche e Moderne - Università degli Studi di Messina