

La frammentazione dell'informazione. Come possiamo costruirci un'abitudine ad approfondire i temi dell'attualità in un mondo di notifiche?

SCHEDA

Una notifica sul telefono ci informa che è successo qualcosa. Poco dopo vediamo un reel che ne parla, poi il titolo di un articolo condiviso da un amico, un meme, il commento di un influencer e magari uno spezzone di un'intervista. Alla fine della giornata abbiamo incontrato molte volte quella notizia e possiamo avere la sensazione di conoscerla. Ma sappiamo davvero che cosa è successo? Conosciamo le cause, gli antecedenti, le persone coinvolte e le possibili conseguenze?

Uno dei cambiamenti più importanti nel nostro rapporto con l'informazione riguarda proprio la sua **frammentazione**. Le notizie non arrivano più soltanto attraverso un giornale, un telegiornale o un articolo letto dall'inizio alla fine, ma attraverso una successione di contenuti brevi provenienti da ambienti differenti. Secondo il *Digital News Report 2025* del Reuters Institute for the Study of Journalism dell'Università di Oxford, il consumo di informazione online è distribuito oggi su un numero crescente di piattaforme: sono sei i social network che raggiungono almeno il 10% degli intervistati settimanalmente con contenuti di carattere informativo, mentre dieci anni prima erano soltanto due. Nello stesso rapporto, il 44% dei giovani tra 18 e 24 anni dichiara che social media e piattaforme video rappresentano la propria principale fonte di informazione.

Questo cambiamento non è necessariamente negativo. Un breve video può farci scoprire un tema che non conosceamo, una notifica può informarci rapidamente di un avvenimento importante e un podcast può aiutarci a comprendere un argomento complesso. Avere a disposizione formati e fonti differenti significa anche poter entrare in contatto con prospettive che in passato avremmo difficilmente incontrato. Il problema nasce quando **il frammento sostituisce completamente l'approfondimento**.

Una notifica, per sua natura, deve essere breve: può dirci che è avvenuto un terremoto, che è stato approvato un provvedimento o che si è verificata una crisi politica, ma difficilmente può spiegarci perché sia successo. Lo stesso vale per un titolo o per pochi secondi di un video. Sono porte di ingresso verso una storia, non necessariamente strumenti sufficienti per comprenderla.

Anche le notifiche possono contribuire a creare una sensazione di sovraccarico. Il Reuters Institute ha rilevato come l'utilizzo settimanale delle notifiche informative sia cresciuto fortemente nell'ultimo decennio in molti Paesi, ma anche come molti utenti dichiarino di sentirsi sopraffatti dalla quantità di avvisi provenienti da giornali, aggregatori, social network, messaggi e altre applicazioni. Le stesse organizzazioni giornalistiche cercano quindi un equilibrio tra informare tempestivamente e non sommergere il pubblico di aggiornamenti.

Non è soltanto una sensazione. Anche la ricerca sull'attenzione ha studiato gli effetti delle interruzioni prodotte dagli smartphone. Un esperimento pubblicato nel 2024 sulla rivista *Biological Psychology* ha osservato che le notifiche dello smartphone possono interferire con alcuni processi legati al controllo cognitivo e allo spostamento dell'attenzione. Gli autori sottolineano comunque la necessità di ulteriori ricerche per comprendere pienamente questi meccanismi.

Il rischio, dunque, è un piccolo paradosso: possiamo essere **molto informati sugli aggiornamenti e poco informati sui problemi**.

Pensiamo a una guerra, a una crisi climatica, a una nuova legge o a una questione economica. Se seguiamo soltanto gli ultimi sviluppi potremmo conoscere perfettamente ciò che è accaduto questa mattina senza sapere che cosa sia successo nei mesi o negli anni precedenti. Ma senza un contesto anche un'informazione corretta può diventare difficile da interpretare.

La frammentazione può inoltre rendere più complicato distinguere ciò che sappiamo da ciò che abbiamo semplicemente incontrato. Vedere molte volte la stessa affermazione, magari riproposta da profili differenti, non significa aver consultato molte fonti: potrebbe trattarsi della stessa informazione ripresa, commentata e ricondivisa decine di volte.

Il *Digital News Report 2025* fotografa anche un'altra conseguenza di questo ambiente: il **40% degli intervistati nei diversi mercati dichiara di evitare le notizie almeno qualche volta**, un dato cresciuto rispetto al 29% del 2017. Tra le motivazioni compaiono proprio la quantità delle informazioni, la loro natura spesso negativa e, soprattutto tra i più giovani, la difficoltà nel seguirle o comprenderle.

Come possiamo allora costruire un rapporto diverso con l'attualità?

Non è necessario leggere ogni giorno decine di articoli o rinunciare ai social. Può essere più utile costruire delle **abitudini informative**. Possiamo scegliere alcune fonti giornalistiche affidabili da consultare direttamente, invece di affidarci esclusivamente a quello che compare nel feed. Possiamo limitare le notifiche alle informazioni veramente importanti e dedicarci in un momento preciso della giornata alla lettura delle notizie. E soprattutto possiamo imparare a distinguere tra l'aggiornamento e l'approfondimento: dopo aver scoperto che qualcosa è successo, cercare almeno una fonte che ci aiuti a capire **perché** è successo.

È proprio questa capacità di cercare, analizzare e valutare criticamente le informazioni che l'UNESCO considera centrale nella **Media and Information Literacy**. Non basta infatti avere accesso a una grande quantità di contenuti: occorrono competenze che permettano di interpretarli, valutarli e utilizzarli in modo consapevole. La sfida, quindi, non è necessariamente ricevere meno informazioni. È imparare a riconoscere quando una notifica ci ha semplicemente avvertito che qualcosa è accaduto e quando, invece, possiamo davvero dire di aver compreso la storia.

Essere aggiornati richiede pochi secondi. **Essere informati richiede tempo, contesto e curiosità.**

Proviamo ad esercitarci insieme!

ATTIVITÀ IN CLASSE

Proviamo a ricostruire una notizia partendo proprio dai frammenti attraverso cui potremmo incontrarla nella nostra quotidianità.

1. Dividere la classe in gruppi e assegnare a ciascuno un tema di attualità. L'insegnante fornirà inizialmente soltanto alcuni contenuti brevi: una notifica, un titolo, un post social, una fotografia o pochi secondi di un video.
2. Dopo aver osservato questi materiali, il gruppo dovrà scrivere brevemente che cosa pensa di sapere sull'argomento e, soprattutto, quali informazioni ritiene ancora necessarie per comprenderlo davvero.
3. Gli studenti potranno quindi approfondire il tema utilizzando fonti affidabili, cercando di ricostruire il contesto: che cosa è successo prima? Chi sono i soggetti coinvolti? Quali dati sono disponibili? Le diverse fonti raccontano la vicenda nello stesso modo? Quali aspetti rimangono ancora incerti?
4. Al termine, ogni gruppo confronterà la propria conoscenza iniziale, costruita attraverso i frammenti, con quella ottenuta attraverso l'approfondimento. I risultati verranno presentati e discussi con il resto della classe, individuando quali informazioni fondamentali erano completamente assenti dai primi contenuti.

MATERIALI DI APPROFONDIMENTO (FACOLTATIVO)

Per approfondire i cambiamenti nelle modalità con cui le persone si informano è possibile consultare il **Digital News Report 2025** del Reuters Institute for the Study of Journalism dell'Università di Oxford, basato su dati raccolti in 48 mercati e dedicato anche alla frammentazione delle piattaforme, alle notifiche e al fenomeno della *news avoidance*.

Sul rapporto tra notifiche e attenzione si può consultare lo studio di Joshua D. Upshaw e colleghi, *Electrophysiological effects of smartphone notifications on cognitive control following a brief mindfulness induction*, pubblicato su *Biological Psychology* e indicizzato dalla **National Library of Medicine – PubMed**.

Per approfondire il concetto di **Media and Information Literacy**, l'UNESCO mette a disposizione materiali dedicati alle competenze necessarie per accedere, analizzare e valutare criticamente informazioni provenienti da media e piattaforme differenti.