



Giovani e social media: un progetto di ricerca della Statale indaga la “disinformazione”

Selezionato da Facebook tra oltre mille proposte, lo studio intende mettere a punto uno strumento per la fruizione di notizie attendibili da parte dei più giovani.

Milano, 28 agosto 2020. **Un progetto di ricerca dell'Università Statale di Milano, guidato da Sergio Splendore**, docente di Comunicazione politica e giornalismo, **tra i 25 selezionati e finanziati da Facebook, su oltre 1.000 proposte da tutto il mondo**, per indagare e approfondire i temi della disinformazione e della polarizzazione delle opinioni politiche sui social media.

“STOP! Selective trust originates polarization”, questo il titolo dello studio che condurranno i ricercatori della Statale, **intende indagare le cause della polarizzazione delle opinioni tra i più giovani (18-19 anni), un target specifico di utenti che si trova per la prima volta a votare**. Lo studio cercherà quindi di individuare le dinamiche tramite cui i più giovani acquisiscono informazioni e costruiscono le proprie scelte.

Il progetto prevede prima 60 interviste qualitative semi-strutturate ad altrettanti utenti, in un secondo momento la somministrazione di un questionario a un campione rappresentativo di giovani italiani. **La ricerca è finalizzata a sviluppare**, insieme al dipartimento per le Tecnologie didattiche del CNR, **uno strumento adattabile a diversi social media capace di accompagnare gli utenti nelle loro “esperienze di notizie”**. Lo strumento sarà sviluppato in base ai risultati acquisiti nella prima parte della ricerca e sarà finalizzato a **consigliare una “dieta mediale” plurale** e che sappia effettuare controlli rispetto all'attendibilità delle notizie fruite.

“Il progetto indaga la polarizzazione tra i giovani partendo dal concetto di fiducia: gli utenti dei social usano delle “scorciatoie” per ridurre la complessità delle informazioni che ricevono, attraverso queste scorciatoie decidono quali siano le informazioni affidabili e quali no. Ecco la ricerca raccoglie dati per comprendere come queste scorciatoie si formino, quali ragioni spingano i giovani utenti a fidarsi di una fonte e non fidarsi di un'altra” spiega il responsabile del progetto, Sergio Splendore.