

Le false notizie e i social ruffiani Ecco come si condiziona il lettore

In un libro due studiosi indagano sui meccanismi psico-sociologici alla base delle fake news

Francesco Strippoli

Attenti alle bolle. Se tenete alla qualità delle informazioni che leggete sul pc e se vi sta a cuore la democrazia, occorre prestare attenzione alle «bolle informative». Ossia quelle nozioni che nascono e si diffondono in maniera distorta e contribuiscono a determinare il modo in cui ciascuno prende le decisioni sulla vita e sul proprio orientamento politico. È il tema del libro scritto da due specialisti: Giuseppe Veltri (associato di Sociologia cognitiva a Trento) e Giuseppe Di Caterino (barese, esperto di comunicazione e consulente politico). Sono due vecchi compagni di studi che hanno sentito il bisogno di mettere a sistema una riflessione che, già avanti nel mondo degli specialisti, ora si impone con prepotenza nel pubblico più largo.

Il volume (*Fuori dalla bolla - Mimesis* edizioni, 11 euro) affronta il tema delle false notizie che si propagano sui social network, del modo in cui ciò altera la percezione degli utenti e della loro ricaduta sulla politica. Per farlo, Veltri e Di Caterino indagano per prima cosa i meccanismi socio-psicologici che sono alla base della diffusione delle fake news. Si tratta di forme di «irrazionalità prevedibili» che si instaurano a

causa delle «scorciatoie mentali» (in inglese heuristics) che vengono adoperate in tanti casi e che possono provocare distorsioni nella percezione della realtà. In altri termini: lo studio analitico e lento delle questioni viene sopraffatto da una serie di «scorciatoie». Per esempio: tendenza a credere le cose che sono largamente condivise da altre persone simili a sé e a cercare interpretazioni che confermano le proprie convinzioni. Inoltre, le persone non prendono decisioni in isolamento ma soggiacendo all'influenza della rete dei soggetti di cui si circondano. E le reti sociali sono per definizione «omofile», cioè costituite da persone omogenee, portate a condividere gusti e orientamenti.

A queste condizioni socio-psicologiche si deve aggiungere il ruolo e il funzionamento di internet. Tutti i principali attori tecnologici, annotano gli autori, hanno investito risorse per creare filtri in grado di selezionare il flusso delle informazioni verso l'utente. Un esempio: il motore di ricerca di Google è stato modificato nel 2009 per selezionare le notizie da restituire all'utente, in base alla sua personale storia di domande precedenti. Sicché al negazionista del riscaldamento globale che cercasse le parole «riscal-

damento globale», verrebbero indicati per primi i siti web conformi al proprio orientamento.

È la classica bolla informativa, in cui ognuno si ritrova a ricevere informazioni che confermano ciò in cui crede. Peraltro, in una rete sociale omofila, priva di adeguato confronto tra posizioni differenti, si determina un rimbalzo amplificante della notizia distorta o infondata. L'effetto ultimo è la «polarizzazione e radicalizzazione» delle posizioni di quella rete sociale: non per mancanza di informazione, bensì per un'eccessiva selezione delle notizie distribuite.

Sono dinamiche nocive per il processo democratico, soprattutto perché la democrazia si fonda sulla possibilità che il cittadino possa mutare opinione. Tanto più dannose in una condizione nella quale il sistema tradizionale dei media viene sottovalutato (nell'illusione che la rete possa fornire tutto il materiale informativo necessario) o addirittura demonizzato (in quanto riconosciuto come portatore di interessi occulti). Per di più il racconto dell'antipolitica e la bestia affamata del populismo esigono un sentimento di sfiducia e diffidenza nei confronti dell'establishment e del sistema dei media (ritenuto collaterale).

«I primi ad intuire in Italia la centralità della rete per orientare il consenso – scrivono Veltri e Di Caterino – sono stati i 5 stelle Grillo e Casaleggio. I quali, facendo leva sulla rabbia e l'indignazione, hanno costruito un'architettura di siti web». Alcuni dei quali abbiamo imparato a riconoscere perché veicoli di contenuti dai titoli sgargianti del genere: Ecco tutta la verità che finora ci hanno tenuto nascosto. Grillo, Casaleggio, ma anche Salvini o Trump negli Usa adoperano i social come cassa di risonanza. Ma anche questo, seppure attualissimo, è un uso tradizionale della rete, secondo logiche propagandistiche e in conformità ad una dinamica top-down (pochi producono contenuti e molti ne fruiscono).

Secondo gli autori, l'uso più moderno è quello che potrebbe sortire dalla possibilità, grazie alla potenzialità della rete, di interloquire in maniera capillare con i cittadini: evocandone le potenzialità nascoste, generando idee nuove e sollecitandone la partecipazione attiva per una politica bisognosa di «capitale cognitivo». La rete è una grande opportunità: per sfruttarla al meglio non la si deve temere, la si deve conoscere. Questo libro è un utile aiuto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Ricercatori Nelle foto piccole gli autori di Fuori dalla bolla, Giuseppe Di Caterino (sopra) e Giuseppe Alessandro Veltri (sotto)



Fuori dalla bolla. Politica e vita quotidiana nell'era della post-verità di Giuseppe Alessandro Veltri e di Giuseppe Di Caterino
Mimesis editore
(2017, 103 pp, 11 Euro)