

Liquide verità

Dal gossip alla politica, dall'economia alla scienza, il flusso di notizie che ci sommerge ha alterato il principio di attendibilità delle news, spesso diffuse più per ottenere «audience» che per informare. **Scriva Mariella Dal Farra**

Sempre più spesso si sente definire la nostra epoca come «post-fattuale», intendendo che è possibile affermare tutto e il contrario di tutto con il rischio di essere pure presi sul serio. È successo a Donald Trump, quando, per esempio, ha affermato che la disoccupazione negli Stati Uniti è al 49% (mentre il Bureau of Labor Statistics indica meno del 5%). Nello stesso periodo in cui l'attuale presidente americano rilasciava queste dichiarazioni, un'organizzazione politica britannica (*Vote Leave*) rivestiva i caratteristici autobus a due piani con l'«informazione» secondo cui la Gran Bretagna corrisponderebbe all'Unione Europea 350 milioni di ster-

line alla settimana: altro clamoroso caso di «post-verità» a cui ha creduto, con le ben note conseguenze, il 47% degli inglesi (contro un 39% di scettici e un 14% di incerti). Ora, sappiamo che le «bufale» sono sempre esistite, quindi cosa c'è di nuovo? E per quale ragione tutti ne parlano, soprattutto in questo periodo? Per gli Oxford Dictionaries, *post-truth* è stata la parola più importante del 2016. Nei paesi anglofoni, la frequenza d'uso del termine è cresciuta, infatti, rispetto al 2015 del 2000%. Non sorprendentemente, i picchi sono stati registrati proprio in corrispondenza dell'inizio della campagna referendaria per la Brexit e quando Trump è diventato il candidato del par-

tito repubblicano alle presidenziali americane. Ma non è solo questione di numeri: l'individuazione della parola dell'anno viene effettuata dagli Oxford Dictionaries sulla base della sua capacità di catturare in maniera efficace «lo spirito, la visione, l'umore», insomma, la temperie del momento.

FATTI O EMOZIONI?

E qui è opportuna una precisazione. Nell'espressione *post-verità*, il prefisso «post» non significa «dopo» ma «oltre»: indica cioè «l'appartenenza a un tempo nel quale il concetto a cui si riferisce è diventato irrilevante». In base a quest'interpretazione, la verità risulta nel 2016



un concetto superato e i fatti sono stati ufficialmente esautorati della loro autorevolezza, precipitandoci tutti in un relativismo un po' sconcertante. Si tratta di un fenomeno qualitativamente diverso dal passato: i «mentitori» sanno già che verranno smentiti, ma non se ne preoccupano in quanto «nel plasmare l'opinione pubblica, i fatti sono meno influenti degli appelli alle emozioni e ai convincimenti personali». Ma se è vero che tutti tendiamo ad accogliere più facilmente i messaggi che si accordano al nostro sistema valoriale, il rischio è quello di ritrovarsi in una «camera dell'eco» di cui abbiamo smarrito l'uscita.

DENTRO LA BOLLA

L'effetto *echo chamber* si riferisce a una situazione in cui le informazioni e le idee personali vengono rinforzate e «confermate» dalla tendenza a darsi reciprocamente ragione. In un tale sistema, «le fonti non sono mai messe in discussione, e i punti di vista diversi, o antagonisti, vengono screditati, livellati, o comunque sotto-rappresentati» (da Wikipedia). Esattamente come la «post-verità», anche le «camere dell'eco» sono sempre esistite, ma solo ora sono state elevate a sistema. E il «sistema», in entrambi i casi, è quello di Internet. Il 44% della popo-

lazione si «informa» tramite Facebook; una percentuale che sale al 61% fra i millennials. Le comunità virtuali sono potenti amplificatori del «sentito dire» perché le persone tendono a prestare maggiormente fede al proprio gruppo di riferimento che ai giornali e ai telegiornali. Il problema è che social come Facebook e Twitter, e motori di ricerca come Google, creano algoritmi sempre più calibrati sul profilo del singolo utente cosicché ciascuno tende a ricevere notizie ricalcate sull'orma delle proprie precedenti ricerche. Sono le cosiddette *filter bubbles*: bolle dalle pareti trasparenti, che ci isolano dai punti di vista altrui senza che neppure ce ne accorgiamo. «Il villaggio globale che Internet era una volta è stato rimpiazzato da isole sparpagliate che si allontanano l'una dall'altra, ogni giorno di più», scrive El-Bermawy, giornalista di *Wired*, «Difficilmente Facebook ti esporrà a opinioni diverse dalle tue e, come risultato, alla fine diventiamo vittime dei nostri stessi pregiudizi». È così che si spiega lo stupore con cui sono state accolte l'elezione di Trump e l'uscita della Gran Bretagna dalla UE: l'elefante era nella stanza, solo che stavolta non ci si è limitati a non parlarne, non lo si è proprio notato! Anche la prestigiosa Accademia della Crusca punta il dito contro i social. Nella risposta a un quesito sul termine «post-verità», la dotta istituzione afferma fra l'altro che: «La rete ha senza dubbio delineato i connotati fondamentali di questa dimensione "oltre la verità" [...] la post-verità, infatti, spesso finisce per sciogliere nella *verità dei post*».

IL PESO DEI SOCIAL

Da parte sua, Facebook continua a declinare ogni responsabilità sostenendo di non essere una testata giornalistica ma un semplice «distributore» di notizie, vere o false che siano. Anzi, a scanso d'equivoci, lo scorso agosto ha licenziato l'intero team di editor che curava il settore dell'informazione, sostituendolo (allo scopo di respingere eventuali accuse di faziosità) con un algoritmo interamente automatizzato. Il risultato è che non sono le notizie verificate a comparire nei *feed* degli utenti, ma quelle più cliccate. La bufala è così inserita in un circuito che si auto-alimenta, almeno fino a quando non interverrà una qualche forma di regolamentazione. Probabilmente, è solo questione di tempo. Internet è un mezzo ancora troppo nuovo, e l'avvento di un paradigma si caratterizza spesso per un esordio un po' «selvaggio». Dalle *fake news* al *revenge porn*, dalla copiatura seriale di musica e film fino al cyberbullismo, sono tanti gli aspetti della rete che necessitano di essere disciplinati. Accadrà, naturalmente; speriamo soltanto di non dover attendere a lungo.

SETTE CONSIGLI

A caccia di indizi



Bombardati come siamo da miriadi di informazioni e notizie spesso contraddittorie, dobbiamo imparare a valutarne la veridicità. A tal riguardo, Steve Inskeep, giornalista presso la National Public Radio (NPR), rete no profit che raccoglie oltre 900 emittenti radiofoniche statunitensi, suggerisce di prestare attenzione ad alcuni dettagli. Vediamo i principali.

1. La storia che state leggendo è così scandalosa che fate fatica a crederci? Forse dovrete diffidare.
2. Se, d'altra parte, pur essendo scandalosa, tendete a crederci, conviene comunque mettersi sull'attenti: è possibile che si tratti di una storia a cui *vi piacerebbe credere*.
3. La notizia riguarda qualcosa che accadrà in futuro? Poiché nessuno dispone della sfera di cristallo, per questa sola ragione perde il 50% della sua credibilità.
4. Se la notizia, piuttosto che fare nomi e cognomi, denuncia complotti da parte di entità generiche quali «i media», «la destra/la sinistra» o «i poteri forti», la caduta di credibilità è pari al 99%.
5. Controllate sempre le fonti: se non sono citate, iniziate a porvi delle domande. A tale proposito, fa una certa differenza se la fonte impiega un algoritmo o degli editorialisti in carne e ossa, suscettibili di essere chiamati a rispondere di quanto hanno scritto.
6. Diffidate della richiesta di «fidarsi»: considerate le premesse, sarebbe davvero poco opportuno!
7. Comparete le notizie su siti e portali di paesi diversi: le differenze possono talvolta essere notevoli e aiutarci ad aprire gli occhi.

