il venerdì di Repubblica

diffusione:192543
tiratura:288775

di **Giuliano Aluffi**

Più siamo social meno saremo socievoli. Perché?

Partendo da una meravigliosa fioritura di papaveri, distrutta da migliaia di selfie, il tecno-scettico **Nicholas Carr** va alle radici del problema. Intervista

Prendete tre miliardi di persone, datele in pasto a un algoritmo pensato per tenerle incollate allo schermo, e vedrete il villaggio globale frantumarsi in un arcipelago di isole ostili: i social media ci hanno offerto connessione immediata con gli altri, ma solo per farci scoprire quanto siano tutti – tranne noi, ovvio – vanitosi o antipatici. È questo il succo del nuovo saggio, *Superbloom. Le tecnologie di connessione ci separano?* (Raffaello Cortina) di uno dei più lucidi tecno-scettici in circolazione, l'americano Nicholas Carr, editorialista per il *New York Times* e *Wired* e autore di saggi bestseller come *Internet ci rende stupidi?* (2011). Il Superbloom del titolo sta per superfioritura: nel marzo 2019, nel Walker Canyon, vicino a Los Angeles, si ebbe una fioritura eccezionale di papaveri. Un'influencer andò lì e, immersa in quello spettacolo naturale, pubblicò su Instagram un selfie che diventò subito virale raccogliendo miriadi di like. Nei giorni successivi oltre 50 mila "cacciatori di selfie" invasero la zona, calpestando e saccheggiando i fiori. La notizia del disastro diventò anch'essa virale e causò un brutale cambio di rotta nelle emozioni social: si passò dai cuoricini all'odio e alle minacce di morte verso i calpestatori. Per Carr questo episodio è emblematico dell'involuzione dei social media: da fenomeno che incuriosisce e attira, a vortice di discordia e rabbia.

E quindi, Carr, i social media che sembravano creati per unire le persone, oggi ci rendono più divisi e litigiosi...

«Abbiamo dato per scontato, ingenuamente, che "più comunicazione" potesse migliorarci la vita. Ma i social media ci dimostrano che, quando la comunicazione diventa eccessiva, genera fraintendimenti, confusione e malanimo. Il motivo è legato alla nostra psicologia: quando siamo bombardati da troppi messaggi, ci affidiamo più facilmente ai nostri pregiudizi. Studi dimostrano che, in situazioni di sovraffollamento comunicativo, tendiamo a diventare più depressi, sospettosi e aggressivi».

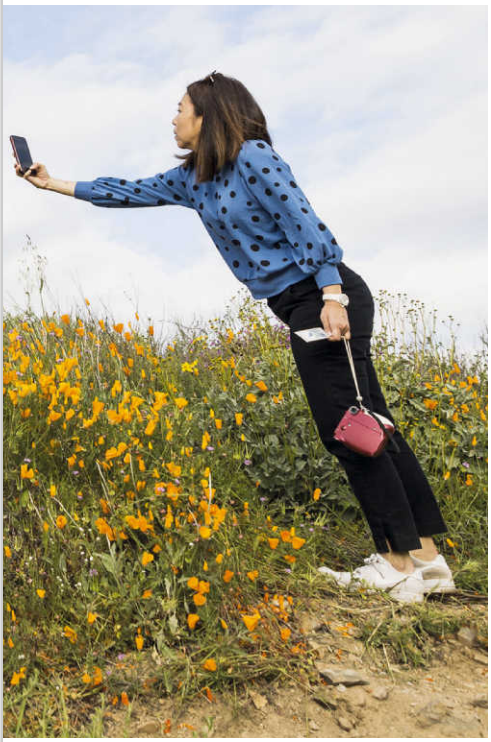
Ma è colpa nostra o dei social?

«Per capirlo, bisogna tornare al

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

il venerdì di Repubblica

diffusione:192543
tiratura:288775



EMILY BERL/THE NEW YORK TIMES

■ Ditelo con i fiori
In California, durante la fioritura del Walker Canyon *(Superbloom*, che dà il titolo al libro di Carr), accorrono migliaia di persone richiamate da un'influencer sui social. Risultato: fiori distrutti

2006, quando Facebook introdusse il *news feed*. Da quel momento, non sono più gli esseri umani a scegliere cosa vedere online: lo fanno gli algoritmi, ottimizzati per massimizzare l'attenzione. E l'attenzione si cattura con rabbia, indignazione, divisione: uno studio del 2021 ha rivelato che un post ostile verso un gruppo rivale ha il 67 per cento in più di possibilità di essere rilanciato. Così i social diventano vere e proprie arene».

Che impatto hanno i social sulla nostra capacità di essere empatici?

«L'empatia è un'emozione complessa che richiede tempo, attenzione e la capacità di cogliere segnali sottili come espressioni facciali, gesti e toni di voce—tutti elementi che si perdono nella comunicazione digitale. La mediazione algoritmica favorisce interazioni rapide e superficiali: messaggi brevi, emoji, like, meme. Questo riduce la profondità e ostacola l'ascolto vero dell'altro. Studi suggeriscono che i giovani cresciuti davanti agli schermi faticano a sviluppare empatia, perché non hanno mai imparato a leggere davvero gli altri».

Esattamente il contrario delle promesse iniziali...

«Mark Zuckerberg parlava della "condivisione senza frizioni" come di un grande progresso. Per frizione s'intende quel piccolo sforzo necessario per scrivere una lettera, fare una telefonata, attendere una risposta. L'idea era che eliminare quei piccoli ostacoli avrebbe migliorato la comunicazione. Ma la frizione non è un ostacolo, è una risorsa. È proprio quel tempo e quella fatica che ci costringono a riflettere su ciò che vogliamo dire, a interpretare meglio ciò che riceviamo, ad ascoltare davvero».

I social media incoraggiano solo il narcisismo?

«Non tanto il narcisismo, quanto l'ansia e l'insicurezza. Trasformano la nostra identità in un contenuto da valutare attraverso il numero di like, commenti e follower. Questo ci spinge a monitorarci continuamente, a perfezionare la nostra immagine, creando pressione psicologica, solitudine e disagio, soprattutto tra i giovani».

Il tutto alimenta anche l'invidia?

«Il fatto è che un tempo l'invidia si provava verso persone vicine. Oggi possiamo invidiare chiunque: celebrità, influencer, totali sconosciuti. Le piattaforme spingono tutti a mostrare una versione idealizzata di sé e questo fa sembrare che gli altri abbiano sempre una vita migliore, aumentando il senso di inferiorità. I social sono diventati macchine dell'invidia, perché moltiplicano le occasioni per provarla. E l'invidia è pericolosa: mina l'autostima, può trasformarsi in rabbia».

Che effetto ha tutto questo sulla nostra identità?

«Tradizionalmente, il senso del sé si sviluppava in contesti sociali ben delimitati: interagivamo con gruppi specifici – amici, colleghi, familiari – e poi trascorrevamo del tempo da soli per riflettere su quelle esperienze. Questo ciclo tra socialità e solitudine era fondamentale per capire come gli altri ci vedevano, adattare il nostro comportamento, e costruire un sé coerente e profondo. Oggi, nel mondo online, questi confini sono scomparsi. Siamo esposti contemporaneamente a più gruppi, senza pause né momenti di vera solitudine, cercando di piacere a un pubblico troppo eterogeneo e invisibile. Questo ci frammenta: la nostra identità diventa instabile, dislocata, superficiale».

Vie d'uscita?

«Lavorare innanzitutto su noi stessi, rieducarci: abbiamo interiorizzato un modo di comunicare che sollecita costantemente impulsi viscerali come rabbia, invidia e tribalismo, e abolisce gli spazi di riflessione, silenzio: dobbiamo riabituarci alla lentezza, allo sforzo comunicativo, alla "frizione" che rende un dialogo autentico e umano. Magari con qualche aiuto normativo: si potrebbero imporre restrizioni sulla velocità con cui i contenuti possono essere condivisi. Ma toccherà soprattutto a noi recuperare il valore della presenza reale e della responsabilità reciproca. Coltivando comunità vere, non bolle digitali».

© riproduzione riservata

■ In libreria
La copertina di *Superbloom* (Raffaello Cortina, 316 pagine, 24 euro) e l'autore, il giornalista americano Nicholas Carr

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato