Tiratura: 303.841 Diffusione: 217.215

CORRIERE DELLA SERA

Quotidiano
Raffaello Cortina Editore

Data 24-05-2018
Pagina 24
Foglio 1 / 2

IDEE PER IL FUTURO L'INTERVISTA

«Il giornalismo non s'arrenda al regno della **superficialità**»

Steven Sloman: «Molte delle moderne piattaforme giocano sulle debolezze umane, dando la possibilità di condividere articoli dopo averne letto soltanto i titoli. La battaglia da condurre nei prossimi anni è quella di sfruttare le enormi possibilità di conoscenza che ci dà la Rete»

di **Davide Casati**

C'è un punto spesso ignorato, nella discussione — ormai stanca: un'occasione sprecata — sulle fake news. Eppure è un punto fondante: perché se il futuro del nostro convivere dipende dalla nostra capacità di informarci, allora capire che cosa la influenzi, come sia già cambiata e come cambierà diventa decisivo. In altre parole: se la democrazia dipende dal nostro telefonino, le scelte su vaccini, migranti, scuole da social network e assistenti vocali, allora capire come muteranno i nostri meccanismi di apprendimento diventa, improvvisamente, un'esigenza improcrastinabile.

«Il quadro attuale non consente di essere molto ottimisti sul futuro», spiega al *Corriere* Steven Sloman, professore di Scienze cognitive, linguistiche e psicologiche alla statunitense Brown University, che da 25 anni studia la mente. «Ma siamo in una specie di battaglia, dove iniziamo ad avere chiari il campo di gioco, gli avversari, gli obiettivi. Si comincia così». Sloman, con l'allievo Philip Fernbach, è autore di un libro diventato già un classico, *L'illusione della conoscenza* (edito in Italia da Cortina). In quel testo, Sloman spiega che gli esseri umani siano convinti di conoscere molto più di quanto realmente sappiano: e che questa presunzione sia contagiosa e — potenzialmente — estremamente pericolosa.

«È di qui che nasce la mia preoccupazione sul futuro — di più: sul presente — dell'informazione, della nostra possibilità di informarci», spiega. «Molte delle moderne piattaforme giocano, e sfruttano, le debolezze umane. Di fatto, conferiscono una enorme possibilità: quella di partecipare a una discussione, o innescarla, condividendo articoli dopo averne letto solamente i titoli. A prescindere, tanto per cominciare, dal fatto che li si sia letti e compresi. Condividere è estremamente più semplice di capire».

Pensa ai social, professore?

«I social sono riusciti a capitalizzare questa possibilità: persino a monetizzarla. E rafforzano la convinzione delle persone — una convinzione che è di per sé già molto forte — di aver compreso un problema, quando in realtà non lo si è affatto capito. Questo è uno dei motori primi della disinformazione».

Lei però ripete spesso che l'illusione della conoscenza non è un fenomeno nuovo, anzi.

«E questo è senz'altro vero. Ma siamo di fronte a qualcosa di diverso: perché è il dna stesso di alcune piattaforme sulle quali milioni di persone si informano che li porta a sfruttare questi meccanismi. Un tempo, la percezione dei moltissimi che non leggevano giornali era quella di avere davanti a sé parti del reale che non comprendevano, ma di cui conoscevano l'esistenza e riconoscevano la complessità. La diffusione dell'illusione della conoscenza ha causato invece un aggravamento della crisi delle competenze: sono moltissimi, oggi, a non accettare l'esistenza stessa di persone esperte nel campo di cui parlano. O a non riconoscerne l'autorevolezza, con la presunzione di saperne altrettanto».

C'è chi, di fronte a questo scenario, accusa i social. Sono gli unici responsabili?

«Ci sono meno prove di quanto si possa pensare del fatto che i social abbiano avviato questo cambiamento. I trend di cui stiamo parlando han-

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 005345

no origine negli anni Novanta, con la nascita delle tv via cavo. Sono state quelle, di fatto, a moltiplicare le "camere" dove si ottengono informazioni, fino a garantirne una per ciascun modo di pensare. I risultati li si osserva in termini di polarizzazione della società».

Molte più persone, però, sono esposte alle notizie rispetto a un tempo.

«Questo è verissimo: e molti più utenti rispetto a un tempo possono studiarle o approfondirle. Questo è, ovviamente, un vantaggio solo potenziale: ma è comunque un vantaggio».

Perché parla di vantaggio solo potenziale?

«Perché i meccanismi di apprendimento delle notizie sono più superficiali, su dispositivi elettronici. E questo anche a causa del fatto che si viene spesso "spinti" in altre direzioni da distrazioni di diverso tipo».

La moltiplicazione delle piattaforme ha portato anche a una moltiplicazione dei soggetti che fanno informazione. Questo non potrebbe cambiare in meglio anche il panorama dell'informazione?

«I nuovi player entrati nel mondo dei media sembrano schiacciati da logiche di mercato, e dunque di identificazione e differenziazione: il che spinge a crearsi delle "nicchie", ideologiche, di spettatori o utenti. Si moltiplicano così comunità autoreferenziali che si raccolgono intorno a significati dati alle cose. Si cerca di eccitare la fantasia e l'entusiasmo del pubblico. Ma il processo di ricerca della verità è spesso tutt'altro che esaltante: è lento, richiede fatica, non è virale o sexy. Alcune dinamiche – di prodotto, e di mercato – spingono al perpetuarsi della confusione tra giornalismo e intrattenimento».

Siamo quindi di fronte a uno scenario preoccupante?

«Senz'altro. Nonostante i vantaggi potenziali, la direzione presa nell'utilizzo degli strumenti giornalistici messi a disposizione dalla Rete, o dalle nuove piattaforme è prevalentemente superficiale. Il giornalismo, però, ha il dovere di non arrendersi. Perché è vero, siamo in una fase nella quale ci troviamo a fronteggiare problemi con dimensioni e variabili nuove. Ma la battaglia è iniziata, e sappiamo su quali punti combatterla».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Oggi i nostri meccanismi di apprendimento sono frettolosi, così le fake news volano

L'illusione della conoscenza porta a non accettare l'esistenza degli esperti

La ricerca della verità è lenta e non è sexy, ma occorre liberarsi da certe logiche

Chi è

● **Steven Sloman** è professore di Scienze cognitive, linguistiche e psicologiche alla Brown University e direttore della rivista scientifica «Cognition»

● **Da oltre venticinque anni** studia i meccanismi della mente. Sloman, con l'allievo Philip Fernbach, è autore di un libro diventato già un classico, *L'illusione della conoscenza* (edito in Italia da Raffaello Cortina)

Codice abbonamento: 005345

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.