

# XXIV CONGRESSO NAZIONALE FADOI



## Scienza e Infosfera

Umberto Costantini

Firenze, 11 maggio 2019

***Il sottoscritto Umberto Costantini***

*ai sensi dell'art. 3.3 sul Conflitto di Interessi, pag. 17 del Reg. Applicativo  
dell'Accordo Stato-Regione del 5 novembre 2009,*

dichiara

*che negli ultimi due anni NON ha avuto rapporti diretti di finanziamento con  
soggetti portatori di interessi commerciali in campo sanitario*



-

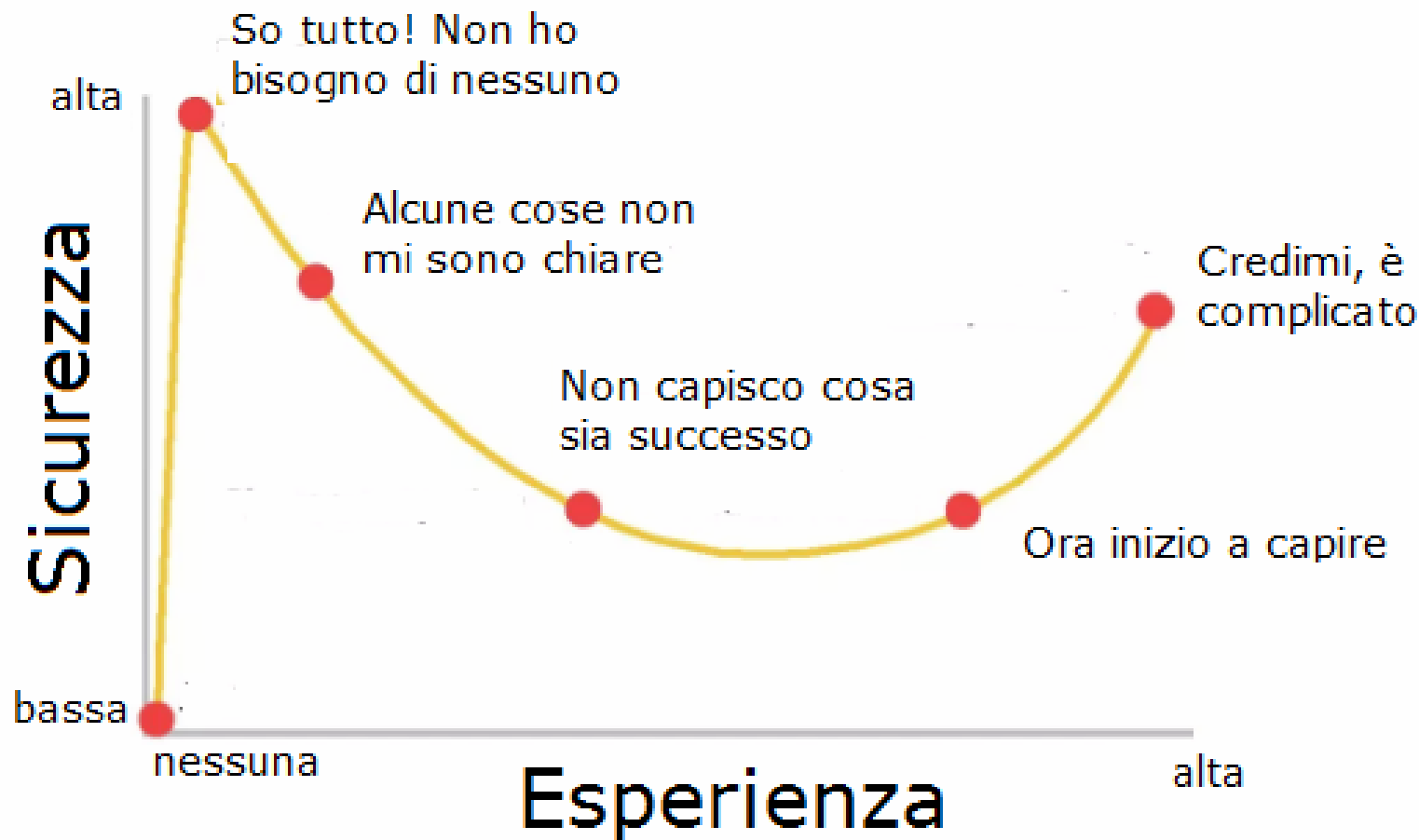
La consapevolezza di non sapere è sempre stata una rarità, ancora di più nel mondo odierno. Oggi assistiamo a conversazioni in cui persone, totalmente inesperte in uno specifico campo, si sentono specialisti. Questo fenomeno è detto “effetto Dunning-Kruger”.

L'effetto Dunning-Kruger è un pregiudizio cognitivo, che induce le persone con poca o nessuna conoscenza su un argomento, a non essere in grado – a causa della loro incompetenza – di accorgersi che il loro ragionamento, le loro scelte e le loro conclusioni sono semplicemente sbagliate.

Molti si sono imbattuti in una discussione su Internet nella quale ha incontrato qualcuno talmente convinto della propria opinione da non cambiarla nemmeno dopo una smentita pertinente e inoppugnabile. Questa mancanza di metacognizione porta l'uomo a essere «ignorante della propria ignoranza».

Queste persone non sono in grado di valutare se stesse solo dal loro punto di vista soggettivo e si giudicano altamente qualificate, competenti e superiori alle altre. In psicologia, questo fenomeno è chiamato **superiorità illusoria**.

# Effetto Dunning - Kruger



- Le persone, di solito, non seguono la logica dello scienziato quando fanno delle attribuzioni causali; fanno attribuzioni in modo rapido, con tendenze a servirsi di certi tipi di spiegazioni piuttosto che di altri.
- Le persone, quindi, spesso commettono degli errori o **bias** di attribuzioni (*la tendenza a distorcere sistematicamente una procedura che, in caso contrario, sarebbe corretta*).



# **Bias di conferma**

## *(Confirmation Bias)*

È un fenomeno cognitivo al quale l'uomo è soggetto. È un processo mentale che consiste nel ricercare, selezionare e interpretare informazioni in modo da porre maggiore attenzione, e quindi attribuire maggiore credibilità, a quelle che confermano le proprie convinzioni o ipotesi, e viceversa, ignorare o sminuire informazioni che le contraddicono.

La quantità di dati e di informazioni prodotta dall'umanità digitale ha raggiunto misure ipersensibili. La società delle reti creerà 163 zettabyte di dati all'anno, entro il 2025: una alluvione digitale.

L'era dello zettabyte (pari a 1,1 trilioni di gigabyte) è iniziata nel 2016 e indica lo tsunami di dati che sta sommergendo il nostro mondo, un fenomeno che necessita continuamente di nuovi ordini di misura, come il brontobyte, pari a  $10^{27}$  byte. Circa 1.024 brontobytes costituiscono un geopteo.

Ciò ha determinato un serbatoio immenso di contenuti e notizie, dove appare sempre più complicato verificare veridicità e autorevolezza, sovvertendo *de facto* ogni regola del sistema informativo tradizionale.

Per indicare tutto ciò, Luciano Floridi, uno dei maggiori esperti della filosofia dell'informazione, sulla falsariga di "biosfera", ha coniato il termine **"infosfera"**.

**Infosfera 2018** è anche il titolo della Ricerca - che ho guidato assieme ad Eugenio Iorio, Giada Rainone ed Antonio Ruoto - sull'universo mediatico italiano. Giunta alla sua seconda edizione, è stata realizzata dal nostro gruppo di ricerca sui mezzi di comunicazione di massa presso l'Università Suor Orsola Benincasa (Unisob MediaLab).

Nel Report che accompagna la Ricerca abbiamo focalizzato alcuni elementi emersi, che qui brevemente riassumo:

- Si sta delineando una società complessa e instabile, caratterizzata dalla saturazione del tempo di attenzione e dalla frammentazione dei media, che agiscono in maniera pervasiva, determinando il fenomeno del sovraccarico informativo (*information overload*).

Queste trasformazioni contribuiscono allo *shift* dall'economia dell'attenzione a quella delle emozioni polarizzate. In questo nuovo sistema emerge la difficoltà di facoltà critica ed esperienziale nel distinguere il reale dal falso.

- I social media e i supporti digitali stanno rimodulando le facoltà mentali dell'individuo, il pensiero profondo, l'attenzione e la memoria. Il 69,34% degli italiani registra e memorizza le informazioni di cui ha bisogno sul telefono.



- Gli italiani non sono in grado di capire se la propria memoria funziona meglio o peggio. Il 16,78% ha problemi di concentrazione.
- La nostra capacità di immagazzinamento (spazio) e la velocità delle nostre comunicazioni (tempo) non stanno tenendo il passo dei mutamenti e delle trasformazioni in atto.

- Un flusso di linguaggio e di neurostimolazione travolge la facoltà di elaborazione razionale e di esperienza emotiva.
- Nel corso degli anni sono stati individuati due principali fenomeni strettamente collegati all'Information Overload: l'Information Fatigue Syndrome (**Ifs**) e l'Information Anxiety, provenienti dallo stress derivante dal dover fronteggiare una quantità eccessiva di dati.

- Wurman definisce l'ansia da informazione come *"il prodotto del sempre più ampio divario tra ciò che capiamo e quello che pensiamo di capire. È il buco nero tra i dati e la conoscenza"*.

- Il 25,26% degli italiani controlla e monitora costantemente i social media, il 12,76% è consapevole di soffrire di social network addiction.
- Queste manifestazioni fisiche del sovraccarico informativo si tradurrebbero in un peggioramento della qualità delle decisioni prese e in una paralisi della capacità analitica, la cosiddetta “paralysis by analysis”.

L'infinita libertà di scelta dell'informazione, la percezione di sé stessi come progetto libero senza controllori, la tendenza a disconoscere le fonti autorevoli dell'informazione, la presunta possibilità di poter attingere alla conoscenza e alle "vere informazioni" in completa autonomia e senza intermediari, porta gli utenti a costruire palinsesti personali di informazione e conoscenza conformi alle loro attitudini, ai loro gusti, ai loro tempi, alle loro convinzioni.

In questa dieta mediatica il 79,93% degli italiani ritiene di essere in grado di trovare facilmente le notizie di cui ha bisogno e tende a fare un largo uso di free media piuttosto che di media a pagamento.

Internet è un terreno fertile per le opinioni polarizzate e tendenti all'estremo. Infatti, per il 69,61% degli italiani non è sempre possibile un confronto tra più punti di vista.

Le discussioni on line tendono a svolgersi in camere di risonanza (*echo chambers*), dove accedono quasi esclusivamente individui con le stesse opinioni che, consapevolmente o meno, si sottraggono al confronto con chi la pensa in modo diverso.

- Ma l'89,47% degli italiani non ha questa percezione, e sostiene che le informazioni assunte non confermano le cose che già si sanno.
- Le reti omofiliache sono utilizzate, come mezzo di informazione, dal 37,89% degli italiani.
- Gli italiani tendono autonomamente a ricercare informazioni e conoscenza e a costruire palinsesti personalizzati.



# L'82% degli italiani non è in grado di riconoscere una fake news su Facebook

[www.unisobmedialab.it](http://www.unisobmedialab.it)