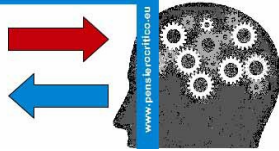


Quanto più veloce è la diffusione di un'informazione tanto minore è il suo contenuto informativo

Valutare la credibilità di una fonte o di un messaggio diventa più difficile quanto più è rapida la sua diffusione. Infatti, quanto più veloce è la diffusione di un'informazione tanto minore è il suo contenuto informativo. Le informazioni rischiano di essere dei copia e incolla di dati e informazioni tratte da altri mezzi e non sottoposte a un vaglio critico. La credibilità dell'ecosistema mediatico emergente, arricchito dal giornalismo partecipativo (Blog, Forum online, Social Network, ecc) è in discussione e rischia di essere inferiore a quella percepita nel giornalismo tradizionale.

Già nel lontano 2001, un professore di diritto statunitense, Cass Sunstein, aveva pubblicato un libro (Republic.com), nel quale metteva in guardia dai rischi della personalizzazione delle informazioni in rete, vale a dire dai filtri con i quali i motori di ricerca selezionano i risultati delle nostre ricerche personali. Egli sosteneva che la voglia dell'essere umano di leggere, vedere e sentire solo quello che gli piace veniva favorita da Internet, e che in un futuro molto prossimo la personalizzazione dei filtri avrebbe aumentato esponenzialmente tale tendenza. Sunstein si chiedeva allora se questa fosse una buona cosa per la democrazia, per la repubblica e per la libertà di parola. Infatti, la democrazia dipende dalla condivisione delle esperienze e richiede che i cittadini siano esposti a idee, informazioni e argomenti non selezionati in anticipo. Una società siffatta, secondo Sunstein, correrebbe il rischio della frammentazione sociale che sfocia nell'autoisolamento.

Il problema della credibilità sorge dall'assenza di un contesto. Se una fonte o un messaggio vengono distribuiti attraverso un sistema di strumenti informativi interconnessi, ad esempio *microblog+blog* oppure *blog+website*,



allora si hanno più informazioni da sottoporre a verifica. Se invece la fonte e il messaggio non appartengono a nessun sistema (ad esempio messaggi Twitter dal territorio non collegati a nessun blog o website), allora la valutazione di credibilità diventa più ardua e occorre fare una rischiosa "*anticipazione di credibilità*".