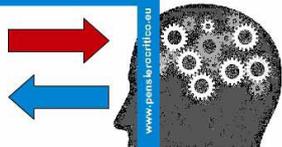


La fiducia è una soluzione a problemi specifici di rischio

Se si trascura la famiglia, nella quale di solito tra i membri vige una fiducia incondizionata, nelle società complesse per costruire la fiducia sono necessarie istituzioni sociali specifiche quali: gruppi di amici, rapporti di clientela, circoli culturali, in una parola: "reti sociali". Infatti, per affrontare un mondo complesso e *non familiare* abbiamo bisogno di renderlo *familiare* attraverso i simboli i quali, secondo il sociologo Niklas Luhmann, rappresentano la distinzione tra *familiare* e *non familiare*. Quindi, nel mondo antico, per affrontare il *non familiare* si è fatto ricorso prima a miti e poi a religioni mediante i loro simboli. L'ignoto veniva affrontato affidandosi alla "fortuna" o alla "provvidenza divina". Come Luhmann ha argomentato: "la fiducia è una soluzione a problemi specifici di rischio". La comprensione del mondo avviene facendo esperienze in modo intersoggettivo ma vi è una grande differenza tra relazionarsi con individui o ambienti *familiari* o *non familiari*, infatti il *familiare* non permette di riconoscere le differenze ostacolando il pensiero critico. La dimostrazione di quest'ultima asserzione si può trovare nel bias cognitivo del "Priming" che consiste nel fatto che l'esposizione ripetuta a stimoli (percettivi o cognitivi) crea una "*familiarità con quello stimolo*" che orienta i futuri comportamenti. Quest'effetto è molto usato nell'ambito pubblicitario e politico per manipolare i comportamenti di consumatori ed elettori. Solo nella misura in cui l'altro individuo si presenta nella coscienza non solo come oggetto nel mondo ma anche come alter ego, come libertà di vedere le cose sotto una luce diversa e di comportarsi in maniera diversa, viene sconvolto il tradizionale carattere di ovvietà del mondo, allora la sua complessità si manifesta in una dimensione completamente nuova. I ricercatori Fabio Sabatini e Francesco Sarracino, in un recente studio hanno fatto notare



che in molti paesi dell'OCSE negli ultimi anni, a fronte di un declino nella partecipazione sociale, abbiamo assistito a un incremento della partecipazione online favorita dai social media. Agli autori sembra quindi che la partecipazione online aiuti a intessere migliori relazioni nella vita reale, anche se il fattore 'fiducia' esprime la differenza tra i due ambiti. Infatti chi usa i social media tende ad essere più diffidente rispetto a chi non li usa proprio per effetto della consapevolezza della maggiore difficoltà nel valutare la credibilità delle persone incontrate in rete. La fiducia è complementare alla credibilità, nel senso che più alta è la credibilità di un individuo, e minore sarà la necessità di avere fiducia in lui.