

Fiducia e tecnologia

Marco Lazzari

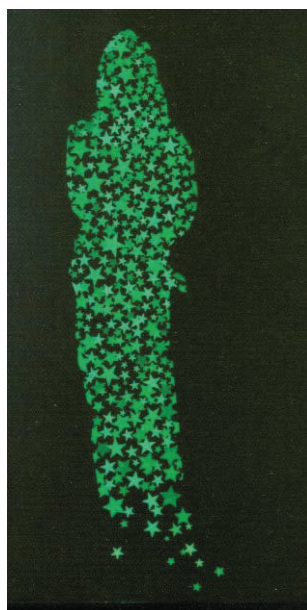
Docente universitario Scienze della Formazione - Bergamo

Affrontare l'argomento della (s)fiducia a proposito dell'informatica e della telematica mi fa venire in mente una vecchia storia indiana sull'uso delle tecnologie che si sente spesso raccontare in maniere diverse; la voglio ricordare brevemente: dice di un giovane indiano benestante che nel Punjab della fine dell'Ottocento, durante la dominazione britannica, era noto per il suo entusiasmo per i progressi tecnologici dell'Occidente e un giorno si comprò un fucile Winchester a leva; con quello si avventurò a caccia di tigri, fiducioso nella potenza e precisione della nuova arma; finì che una tigre lo sbranò: non sapeva sparare.

La storia viene raccontata in maniere diverse per adattarla a interpretazioni varie, sui temi della diversità culturale, della tecnologia, della saggezza, e via di questo passo; e presumibilmente è inventata di sana pianta.

Comunque sia, *nisi verum, bene inventum*: il giovane indiano, che si affida al suo fucile senza avere la necessaria competenza, rassomiglia a tanti utenti dei sistemi informatici e telematici, che si sorprendono perché riescono a trarre da questi strumenti soltanto moderati benefici, non avendo competenze o limitandosi a qualche modesta abilità d'uso; o, peggio ancora, neppure si sorprendono e si limitano a fare sempre e solo quelle poche operazioni ben note, ignorando le potenzialità della tecnologia a loro disposizione.

A oltre sessant'anni dalla costruzione del primo elaboratore elettronico, a oltre quaranta dalla nascita di Internet, nel nostro Paese, nonostante una ormai discreta diffusione degli strumenti telematici, le competenze medie degli utenti sono sconcertanti e rappresentano un ostacolo alla crescita pari, se non superiore, alla ancora insufficiente diffusione della banda larga di connessione alla Rete.



In effetti, è ormai opinione piuttosto diffusa nella comunità scientifica che il cosiddetto *digital divide* non sia più o non tanto fra coloro i quali *hanno o non hanno* accesso alle tecnologie telematiche, ma fra quanti *sanno o non sanno* farne un uso proprio.¹

In questo senso gli aneddoti sulle ingenuità espresse dagli utenti nelle loro richieste agli informatici si sprecano e non c'è proprio bisogno di inventarne.

Così succede che per l'utente medio l'interazione con i sistemi telematici è un processo fluido soltanto finché non occorre una condizione di errore: gli errori comunicati dal computer precipitano l'utente in una situazione nella quale egli non si trova più a usare un sistema di comunicazione trasparente, così come gli era parso fino al momento dell'errore, ma piuttosto si trova di fronte il computer in tutta la sua complessa *macchinosità*.

Nella preistoria della elaborazione elettronica dei dati, quando gli utenti degli elaboratori erano solo gli informatici, tutti avevano le competenze adeguate alla risoluzione del problema; nella contemporaneità dominata dalla Rete

l'utente qualunque non è capace di ridurre la macchinosità alla trasparenza.²

Affidarsi quindi alla tecnologia confidando soltanto nei suoi mezzi è illusoria speranza di adoperare una bacchetta magica buona per tutte le occasioni; laddove invece l'utente desideroso di sfruttare al meglio i sistemi di elaborazione e comunicazione digitali e di esserne padrone e non succube dovrebbe fare proprio l'impegno di acquisire *consapevolezza* delle tecnologie che usa.

Su scala più ampia, un progetto educativo che miri soltanto a promuovere abilità d'uso e non competenze, come si vede spesso nel panorama formativo odierno, è destinato a fornire solo una parte limitata e limitante degli strumenti necessari per lo sviluppo di un'utenza in grado di operare efficacemente.

Da un recente studio dell'Università di Trento ci viene un'esemplificazione di quanto appena espresso: in un esperimento svolto su un campione di utenti della Rete ai quali sono stati proposti alcuni compiti di ricerca di informazioni, si è capito che gran parte degli utenti non svolgeva efficacemente i compiti assegnati o li portava a termine con scarsa efficienza a causa della mancata conoscenza di elementi basilari della sintassi dei motori di ricerca, della loro organizzazione delle informazioni e delle modalità con le quali queste informazioni vengono mostrate all'utente.

Questa stessa ricerca richiama l'idea del *breakdown heideggeriano* al quale implicitamente si faceva cenno prima a proposito dell'emergere della macchinosità del computer: di fronte a un funzionamento imprevisto del motore si abbandona la ricerca e si cercano strade alternative probabilmente meno efficienti.

I ricercatori hanno inoltre osservato che, se la ricerca di informazioni non va a

buon fine, il navigatore perde fiducia in se stesso e prova un senso di frustrazione.

All'opposto, l'utente poco scaltro spesso cade nella trappola dell'eccessiva fiducia: per esempio, molti non sanno che alcuni collegamenti proposti dai motori di ricerca sono *sponsorizzati*, ossia qualcuno paga perché in corrispondenza di certe ricerche il link a un certo sito compaia in bella evidenza; oppure non vanno oltre i primissimi link suggeriti dal motore di ricerca, come se questo per definizione dovesse portare al risultato soddisfacente.

Quel che è peggio, il navigatore medio tende a non curarsi della fonte delle informazioni reperite sul Web, come se il fatto stesso di essere pubblicate su un mezzo così *moderno* desse loro automaticamente una patina di verità.

In realtà dovrebbe essere ben chiaro che l'attendibilità delle informazioni è legata a chi le diffonde e se ne fa garante e non al mezzo usato per propagarle.

Ciò vale anche nel caso di siti istituzionali.

Avviene invece che spesso le informazioni proposte da siti di istituzioni, editori e giornali siano percepite come più affidabili di quelle pubblicate da singoli o gruppi di discussione (in senso lato) non istituzionali.

Ciò può essere sensato, anche se siti del genere non sono immuni da errori e omissioni;³ si può dire che fidarsi acriticamente di essi ripropone il vecchio modo di fare di chi credeva alle notizie perché *"l'ha detto il Telegiornale"*.

D'altro canto è altrettanto vero che sovente l'aspetto dei siti fa aggio sul contenuto e un sito con un'apparenza "professionale" ottiene più credito di uno più sciatto, indipendentemente dalla qualità dei rispettivi contenuti (e non a caso i consulenti Web generalmente predicano di curare l'aspetto, la gradevolezza e l'immagine coordinata del sito).⁴

Come fare, dunque, per assicurarsi della *qualità* delle informazioni reperite in Rete?

Da una parte i criteri sono gli stessi ai quali ci affideremmo per giudicare l'attendibilità delle informazioni a stampa: conoscenza diretta della fonte, fidati giudizi indiretti, senso critico.

Aggiungeremo anche un particolare spesso negletto: la verifica dell'aggiornamento delle informazioni; in Internet, infatti, c'è sovente l'abitudine di inserire senza poi modificare o cancellare e capita frequentemente che ciò che si legge non abbia più il valore che aveva al momento originario del ciclo di vita dell'informazione.

Dall'altra parte, è lo stesso mondo della Rete a metterci a disposizione nuovi strumenti e a moltiplicare per noi le fonti indirette sulle quali basare i giudizi.

In un recente spot televisivo un noto attore italiano veste i panni di Cristoforo Colombo e, imbracciando un moderno computer portatile con chiavetta per la connessione Internet, con uno sgangherato accento genovese dichiara di essere alla ricerca di una sistemazione per la notte e di avere "trovato un resort niente male", per il quale "tutti i *commenti* sono positivi".

La frase allude ai siti di prenotazione online, che per ogni albergo proposto mostrano i giudizi scritti dai precedenti ospiti che si sono avvalsi di quel sistema di prenotazione.

Si tratta di sistemi sempre più usati sia per prenotare alberghi, ristoranti, voli e viaggi, sia semplicemente per acquisire

informazioni sulle destinazioni.

Rispetto a questo tipo di informazioni si tende a parlare di *intelligenza collettiva* o *intelligenza della folla*: se una destinazione ha un gran numero di giudizi positivi, l'utente può confidare nel fatto che davvero meriti.

L'esercizio del senso critico e della cautela è tuttavia sempre necessario: per esempio, nel servizio che istituzionalmente si affida alla saggezza della folla, Wikipedia, a torto o a ragione considerato dai nostri studenti come la fonte d'elezione alla quale attingere per ricerche e tesine (e ahinoi anche per le tesi), se per un verso si trovano voci anche superiori per qualità a quelle delle migliori enciclopedie tradizionali, non è raro scoprire svarioni che, proprio per la reputazione della quale gode Wikipedia e per la spesso acritica accettazione delle sue verità, si propagano nella Rete.

Un caso per tutti: nella voce *Nonluogo* della edizione italiana di Wikipedia si è potuto leggere per anni l'inciso *"così scriveva già nel 1946 il novelliere e saggista Stefan Zweig"*; nella pagina di discussione relativa alla voce stessa si leggeva peraltro il commento di un acuto, ma troppo cauto utente/contributore che diceva *"Beh, questa frase: '[...] così scriveva già nel 1946 il novelliere e*



saggista Stefan Zweig' è poco verosimile, essendo Zweig morto nel 1942. Non posso però correggere, perché non saprei risalire alla fonte della citazione".⁵

Dunque, per anni la voce è rimasta così com'era, con un'affermazione scritta *post mortem*, finché qualche altro contributore non si è deciso a tagliare l'incongruenza cronologica.⁶

Purtroppo nel frattempo l'errore si è propagato: come ognuno può verificare googolando la frase in questione,⁷ la si può ritrovare in un gran numero di siti.

Quel che è più grave, la si trova in un forum di discussione sul mondo della Disney,⁸ dove a un(a) utente che posta la richiesta "sto aiutando una amica a creare una tesina x l'esame di maturità su Walt Disney (sic)", arriva un suggerimento che giustamente indica di prendere in considerazione il concetto di Nonluogo e l'opera di Marc Augé in relazione ai parchi come Disneyland ed Eurodisney, ma pigramente copia e incolla la frase incriminata, lasciandoci il sospetto o forse la certezza che almeno uno dei nostri recenti maturandi abbia pre-

sentato all'esame una tesina con tanto di scrittore sopravvissuto a se stesso.⁹

Per il beneficio dei navigatori della Rete, il mondo del Web e ancora di più quello del Web 2.0¹⁰ sono ricchi di sistemi e metodi per dedurre l'affidabilità o la reputazione di un sito, un servizio, una persona a partire dalle esperienze di altri utenti.

Sono esempi di base di questa categoria di servizi i giudizi, come si diceva, degli avventori di alberghi e ristoranti; le recensioni dei lettori in siti di librerie online; i punteggi assegnati ai compratori/venditori in eBay.

Ancora più raffinati sono i cosiddetti *recommender systems* (letteralmente sistemi di raccomandazione, nel senso di suggerimento), programmi che guidano l'utente alla scelta di un'opzione per lui confacente sulla base di un suo profilo, compilato dall'utente stesso o basato su sue scelte precedenti, incrociato con i profili e le scelte di altri utenti (*ti segnalo che potrebbe interessarti questo libro del tal autore, perché è piaciuto a tre altri utenti che come te amano quel tal altro scrittore*).

Alcuni servizi di social net-

working, per esempio il diffusissimo LinkedIn, puntano a rendere evidente la reputazione degli iscritti attraverso la pubblicazione nel profilo degli utenti degli *endorsements*¹¹ scritti dai loro contatti (l'analogo degli amici di Facebook).

C'è chi è addirittura arrivato a implementare una metrica della reputazione, che stabilisce il livello di reputazione di un utente rispetto a tutti quelli iscritti a un certo social network: l'algoritmo assegna punteggi sulla base del numero dei contatti che l'utente ha, della loro rispettiva reputazione, delle testimonianze ricevute e di una serie di altri giudizi che si possono dare fra utenti.

Nel corso di una lunga ricerca¹² presso il Dipartimento di Scienze della persona dell'Università di Bergamo, pur riconoscendo in prospettiva l'interesse di un approccio connettivo e quantitativo al problema, abbiamo però verificato che l'algoritmo non riesce a evidenziare e penalizzare i non rari casi di uso malizioso del sistema, che vede all'opera veri e propri cacciatori di dote che, al puro scopo di incrementare il proprio punteggio, si creano reti di amicizie contattando utenti ad alta reputazione, che nella vita reale non conoscono, ma che a loro volta contraccambiano l'amicizia per mantenere anch'essi alto il proprio punteggio.

Dunque e di nuovo, nonostante l'aiuto che può venire dai sistemi telematici, ancora e sempre saranno necessari per navigare esercizio del senso critico, cautela e consapevolezza dei mezzi a disposizione.

Note

¹ Si veda, per un approfondimento di questi temi, il bel saggio di Sara Benitegna, *Disuguaglianze digitali*, Laterza, 2009, come anche di Jan A.G.M. van Dijk, *The deepening divide*, Sage Publications, 2005.

² Per un approfondimento sui problemi dell'interazione uomo - macchina si veda il capitolo di Marco Lazzari, "Le frecce di Basilea e le faretre degli informatici", in Giuseppe Bertagna (a cura di), *Scienze della persona: perché?*, Rubbettino Editore, 2006.

³ Si veda per questi aspetti il saggio di Emilio Carelli, *Giornali e giornalisti nella rete*, Apogeo, 2004.

⁴ Sull'argomento della qualità del Web un testo sempre valido e di non ostica lettura è quello di Marco Polillo, *Il check up dei siti web*, Apogeo, 2004.

⁵ Si veda la discussione sulla voce Nonluogo all'indirizzo abbreviato <http://goo.gl/TsXdi>

⁶ Approfitto per fare ammenda del fatto di non essere io stesso intervenuto a correggere, ma per anni ho seguito la voce con spietato habitus sperimentale, per vedere che cosa sarebbe successo.

⁷ Provare con l'indirizzo <http://goo.gl/ISCEi>

⁸ <http://goo.gl/ZuVFK>

⁹ È forse un caso che il libro nel quale Stefan Zweig aveva scritto quella frase fosse intitolato "Il mondo di ieri"?

¹⁰ Si parla di Web 2.0 (pronunciato Web due punto zero) con riferimento a un sottoinsieme del Web costituito da siti che consentono la condivisione delle informazioni fra gli utenti e l'interazione degli utenti con i siti che visitano: ne sono esempi i *social networks* come Facebook o Twitter, le *piattaforme di condivisione* come Google Docs, i *sistemi informativi cooperativi* come Wikipedia, i servizi di *folksonomia* e *social bookmarking* per archiviare, condividere, catalogare, taggare (etichettare) e ricercare segnalibri online quali Digg, Technorati e del.icio.us

¹¹ In questo caso si potrebbe tradurre con testimonianze: "ho lavorato con X e garantisco che si tratta di un professionista affidabile".

¹² Marco Lazzari, "An experiment on the weakness of reputation algorithms used in professional social networks: the case of Naymz", *Proceedings of the IADIS International Conference e-Society 2010*, Porto, Portugal, 2010.

