

- Internet, Prime -

Web pieno di spazzatura: cosa e come fare?

di Marco Valerio Principato

Navigare sul Web «a ruota libera», come si faceva una volta, non è più utile, anzi, spesso è addirittura pericoloso o dannoso. Come comportarsi per limitare i danni?



Questa è spazzatura vera. Purtroppo il Web comincia a somigliarle davvero troppo.

Roma – C'era una volta il browser, il mouse, il computer e una connessione alla Rete (non sempre¹) illimitata. Si accendeva il computer e via a “navigare”, con la quasi totale certezza di fare scoperte interessanti, apprendere cose nuove, insomma di rica-

1 Fino a poco più di dieci anni fa le linee ADSL – oltre a essere molto meno veloci di oggi – spesso erano tariffate “a traffico” nel senso che, oltre all'abbonamento mensile, si pagava anche in funzione della quantità di traffico svolto.

varne quasi certamente delle nuove conoscenze.

Oggi questo scenario è quasi del tutto morto e sepolto². Non solo non abbiamo alcuna certezza di acquisire nuove conoscenze, ma tutt'altro: a meno di non disporre di solide informazioni sulle fonti consultate e sullo scenario che le circonda, possiamo essere pressoché certi di imbatterci in siti privi di informazioni realmente utili o, molto più spesso, colmi di informazioni false, messe lì a bella posta per circuirci e convincerci a cliccare, condividere, cliccare, condividere.

I motori di ricerca, che negli anni si sono sviluppati molto per cercare di discernere e proporre risultati degni di nota, sono costretti a combattere contro coloro che, alla guida del proprio sito, cercano di ingannarli, costringendoli a presentare per primi siti la cui qualità e il cui valore informativo meriterebbe men che l'ultimo posto. In pratica, anche partendo da essi, la vera “scrematura” tocca comunque a noi, e non è per niente facile. Discorso a parte meritano i social, di cui parliamo più avanti.

Benvenuti nel Web del duemilasedici. Era questo il Web che volevamo, con la maggiore capillarità della disponibilità della Rete, la sua *massificazione*, la sua ormai sin troppo facile raggiungibilità? Probabilmente no, ma ormai è così, dobbiamo *farcene una ragione*.

Quando acquisiamo conoscenza?

Per renderci conto di cosa **non** otteniamo navigando liberamente, dobbiamo prima chiarire cosa si intende per “conoscenza”. E se lo facciamo partendo dalla filosofia, otteniamo la risposta migliore: nel dialogo pla-

2 Salvo compiere specifiche manovre e seguire ben precisi ragionamenti, dettati da una profonda consapevolezza di cui ci apprestiamo qui a cercare di porre qualche base.

Web pieno di spazzatura: cosa e come fare? (p. 2 di 6)

tonico *Teeteto*³ risiede la sua più diffusa definizione, che è quella di essere una “teoria della giustificazione della verità delle convinzioni”.

Dunque, potremo dire di aver acquisito nuova conoscenza se ciò che abbiamo appena letto ha alcune caratteristiche imprescindibili:

- deve provenire da una **fonte affidabile e competente** nella materia o disciplina che tratta;
- deve **fornire almeno alcune informazioni** delle quali **non** eravamo in possesso e
- tali informazioni debbono **riuscire a convincerci**⁴ di qualcosa fino in fondo e farci credere che sia vero, al punto tale da metterci in condizione di
- **giustificare ad altri**⁵ che quanto abbiamo appreso ci ha convinto, ha fondamento ed è condivisibile.

Dunque, se ciò che leggiamo “non passa questo esame” vuol dire che ci troviamo di fronte ad una fonte di informazioni quasi certamente non portatrici di conoscenza.

Ora, direte voi, ma ti pare che ogni volta che mi capita davanti qualcosa mi debba preoccupare di fare tutte queste elucubra-

3 Chi desiderasse può leggere il dialogo sul sito Ousia, all'indirizzo <http://www.ousia.it/SitoOusia/SitoOusia/TestiDiFilosofia/TestiPDF/Platone/Teeteto.pdf>.

4 Dove per convinzione si intende il fare totalmente proprio quanto si è appreso e farlo diventare bagaglio personale acquisito.

5 Laddove non si riesca a giustificare, cioè a spiegare ad altri in modo totalmente convincente (il che significa anche aver acquisito la dimostrazione che quanto si afferma è vero) quanto si è appreso, non si potrà dire di aver “acquisito conoscenza”: di qui la necessità delle caratteristiche elencate.

zioni?

Naturalmente non c'è un vero e proprio “obbligo” di farlo. Il che, però – a ben pensarci – fa di chi mantiene una simile superficialità un/a credulone/a, un/a allocco/a disposto/a a credere alle prime nozioni che gli/le si parano davanti, anche qualora esse spergiurassero che esiste la Befana, Babbo Natale, l'asino che vola o quel che volete.

Piuttosto nocivo farlo, anche perché in caso di confronto con chi non si accontenta di così poco ci si espone ad un serio rischio di contraddizione che, nei casi più gravi, può sconfinare prima nell'ironia, poi nella derisione e, in definitiva, nell'esclusione da almeno alcuni dei propri legami sociali.

D'accordo, ma sul Web?

Già: mentre sui libri ci sono rischi limitatissimi perché dietro c'è un editore⁶, sul Web questo è oggi vero assai poche volte, considerando la sterminata quantità di siti disponibili⁷ e l'enorme facilità con cui chiunque può pubblicare qualunque cosa senza alcuna interposizione, valutazione e validazione.

Ecco perché, nella sezione precedente, abbiamo illustrato i criteri per valutare se quel che leggiamo può, almeno potenzialmente, fornirci conoscenza. Per farlo, dobbiamo

6 L'editore funge, in certo qual modo, da “garante”, cioè fa sì che ciò che pubblica non corra (o corra in modo il più limitato possibile) il rischio di essere contraddetto e additato come un editore di pubblicazioni non affidabili. Per questo non tutti riescono ad abbordare un editore e a convincerlo a pubblicargli il proprio libro. È proprio su questo, oltre che sulla sostanza del proprio catalogo, che un editore costruisce nel tempo la propria reputazione.

7 Oggi sono online quasi un miliardo e cento milioni di siti Web, e sono in continuo aumento, almeno per ora. Fonte: Internet Live Stats, in <http://www.internetlivestats.com/total-number-of-websites/>, consultata alla data di redazione.

Web pieno di spazzatura: cosa e come fare? (p. 3 di 6)

iniziare “traslando” sul Web, in certo qual modo, quelle caratteristiche rintracciabili in un editore.

Facciamo alcuni esempi. Se stiamo leggendo un quotidiano online, non è difficile: stiamo leggendo il *New York Times*? Bene, è un quotidiano talmente noto da sentirci abbastanza rassicurati senza approfondire. Sarà dunque nostra cura – trattandosi di un quotidiano in lingua anglosassone – di sapere chi è l'editore, qual è la sua *stance* (si può approssimare alla propria “posizione intellettuale”) e il suo orientamento politico. Questo, in linea di massima, basterà per leggere apprendendo e ricavando conoscenza dalle informazioni riportate.

Laddove il quotidiano fosse italiano, sarebbe bene anche sapere se è un organo di un partito e quale esso sia, chi sono i suoi editorialisti e le loro storie, da chi è diretto, a chi fa capo o da chi è posseduto l'editore, chi c'è nel consiglio di amministrazione: sono tutte informazioni, del resto, normalmente reperibili sul Web stesso.

Ma quando leggiamo siti di altro genere, meno (o per niente) noti, con notizie apparentemente interessanti, coinvolgenti, oppure mirate a soddisfare curiosità o istanze popolari, voleri comuni, richieste fatte a gran voce da cittadini e cose del genere, è lì che dobbiamo far *scattare l'allarme*.

In questi casi, solitamente, non riusciamo a ottenere alcuna informazione in grado di farci stabilire se siamo o meno di fronte ad «una fonte affidabile e competente nella materia o disciplina che tratta» (vedi sopra). Quel che facciamo (o dovremmo fare) è:

- cerchiamo l'autore dell'articolo e non lo troviamo;

- cerchiamo la fonte da cui è stata ricavata quella notizia e non ce ne è traccia;
- cerchiamo dei collegamenti ipertestuali che rimandino ad informazioni qualificate e non ce ne sono;
- cerchiamo nel sito la voce “chi sono/chi siamo”, oppure “about”, e anche di queste neanche l'ombra;
- cerchiamo nelle pagine chi sia l'editore o l'estensore, l'indicazione di essere o meno testata giornalistica registrata, una partita IVA o altro che ci indichi uno stato giuridico ben definito, e non se ne vede alcuna traccia;
- presi dallo sconforto, cerchiamo almeno di sapere di chi è il nome a dominio mediante un servizio Whois⁸ e ci ritroviamo davanti a un nome a dominio “protetto”, i cui titolari hanno usufruito di un servizio di oscuramento dei dati per cui l'identità del titolare non si ricava;
- ed alcune altre, ma ci fermiamo: l'intendimento ormai è chiaro.

8 Whois è un servizio che ha origini lontane e viene dal mondo di Internet degli albori. Tuttavia, ancora oggi esiste e accede a diversi tipi di archivi con dati legati al funzionamento della Rete. Tra questi c'è, appunto, la titolarità di un nome a dominio. Uno dei siti che consente ciò è DomainTools, accessibile su <http://whois.domaintools.com>. Su di esso, ad esempio, potete accertarvi della titolarità del nome a dominio di questo sito (che è di chi scrive) e lo potete verificare direttamente cliccando questo link: <http://whois.domaintools.com/nbtimes.it>. Già il poter conoscere questi dati è un primo passo per sapere “con chi si ha a che fare” di fronte a un sito sconosciuto. Questo sistema, ovviamente, non ha alcun senso laddove il sito sia un sito appartenente a una grande realtà come wordpress.com, altavista.org e simili: essi risultano delle rispettive società e, dunque, in quel caso Whois non fornisce alcun dato utile.

Web pieno di spazzatura: cosa e come fare? (p. 4 di 6)

Be', è evidente che se ci si ritrova in uno scenario del genere, si hanno due possibilità:

1. prima di giungere a classificare il sito come spazzatura, laddove quanto si è letto abbia destato magari curiosità, acceso speranze o concretamente sollevato dubbi, non resta che approfondire le ricerche su altre fonti curando, però, di accertarsi che, se sono fonti sul Web, quelle scelte abbiano tutti i requisiti per essere considerate tali; oppure
2. qualora quanto si è letto fosse già di per sé arduo da credere, bizzarro, poco convincente, vacillante nei modi espositivi, oppure contenga vistosi errori sintattici, grammaticali e/o argomentativi, si potrà concludere semplicemente di essersi imbattuti in un elemento di spazzatura Web, come ce ne sono, purtroppo, tanti altri.

“Sesto senso” ed esperienza?

Certo, aiutano moltissimo. Tuttavia, come a questo punto dovrebbe essere lampante, non bastano o, almeno, non sempre.

Quel che occorre sviluppare e mantenere sempre attivo è il **pensiero critico**. Il che non significa trasformarsi in dei *criticoni*, niente affatto. Vuol dire assumere la mentalità critica, dove per critica si intende esattamente quel che spiega il Dizionario Italiano Sabatini Coletti: «analisi razionale applicabile a qualsiasi oggetto di pensiero, concreto o astratto, e volta all'approfondimento della conoscenza e alla formazione di un giudizio autonomo»⁹.

9 Si trova anche online sui Dizionari del Corriere della Sera, in:
http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/C/critica.shtml

Quando si inizia a farlo, poi non si riesce più a farne a meno: diviene un vero e proprio automatismo, che scatta autonomamente e consente – in maniera ragionata, mai sterile – di mettere in dubbio, valutare, soppesare e scandire quanto si è letto online, alla ricerca di segnali in grado di conferire al testo quelle caratteristiche che abbiamo indicato come necessarie perché esso possa essere, almeno potenzialmente, portatore di conoscenza.

Se, invece, non si inizia a farlo, si cade facilmente in errore: si giudicano valide informazioni spesso fuorvianti, prive di fondamento, in certi casi costruite ad arte per *accalappiare* l'attenzione degli sprovveduti e diffondere notizie non verificate né verificabili, con gli scopi più diversi. Il rischio, estremamente concreto, è di imbattersi in altre persone che, invece, fanno funzionare il pensiero critico e grazie ad esso derubricano la notizia fatta circolare a quello che effettivamente è: spazzatura.

I social network

I social network, purtroppo – tipicamente Facebook ma non solo –, sono la sede ideale per far circolare notizie false, bufale e altre informazioni del tutto vacue e prive di fondamento.

È sufficiente che una persona, la cui utenza sia per le più disparate ragioni molto seguita e abbia un elevato numero di connessioni¹⁰, diffonda una notizia falsa, una bufala o altre informazioni prive di fondamento,

[tica.shtml](http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/C/critica.shtml).

10 Per connessioni si intende legami sociali rappresentati dai c.d. *follower* (caso di Twitter) o *amici* (caso di Facebook e altri simili), con i quali l'utente stabilisce una connessione che mette in grado i *follower* o *amici* di essere informati su quanto l'utente pubblica all'interno di quel social network.

Web pieno di spazzatura: cosa e come fare? (p. 5 di 6)

perché questa sia immediatamente “raccolta” dalle folte schiere del proprio *séquito* e trovi, in queste ultime, un ulteriore mezzo di diffusione che, come in una reazione a catena, si ripete e si propaga con velocità sorprendente¹¹.

Ecco perché i social network sono – ben a torto – ritenuti dalla politica un mezzo eccellente per fare propaganda: quando le fonti sono gli stessi personaggi politici, godono immediatamente di quelle caratteristiche di affidabilità e competenza ricavate già dal semplice fatto di essere dei politici. E sono così liberi di sfruttare le caratteristiche “virali” di quel medium, raccogliendo consensi numericamente molto consistenti ma – a questo punto è chiaro – qualitativamente assai poco preziosi, perché imperniati in un meccanismo vittima del gran numero di persone che neppure sanno cosa sia il pensiero critico di cui sopra.

Conclusioni

Dalla chiacchierata fin qui svolta possiamo senz'altro concludere che avere Google come pagina predefinita nel proprio browser è il primo indizio di una scarsa predisposizione alla critica: significa che si vede in esso la porta di accesso alle informazioni.

Si tratta di un errore concettuale: Google (e anche gli altri motori di ricerca, beninteso) è la porta di accesso ad un indice, non a tutte le informazioni, e come tale va impiegato. Pertanto, lo si avrà sul proprio browser solo se e quando sarà il caso di averlo, te-

nendo ben presente che non deve essere lui a decidere quali informazioni sono più o meno importanti. Il che equivale a dire che non si clicca il primo o il secondo risultato dando per scontato che sia il più rilevante: siamo noi a dover stabilire quale di essi lo è, e lo possiamo fare leggendo tutte le informazioni che ogni risultato della pagina di ricerca propone: il nome a dominio, l'eventuale estensore, il piccolo estratto di testo, l'eventuale data, eccetera, perché – di nuovo – dobbiamo essere noi a decidere, non il motore di ricerca.

Questo sembra contraddire, per certi versi, l'assunto platonico: se già si sa cosa cercare, allora non c'è nulla da cercare. Non è così: basta tornare a considerare quanto i motori di ricerca propongono nelle loro pagine di risultati per quel che è davvero, cioè un indice. E sentirci liberi, proprio come avviene di fronte all'indice di un libro, di saltare al secondo, al terzo, al quinto capitolo, perché il titolo citato sembra proprio puntare a quel che volevamo. Torneremo, poi, all'indice se lo riterremo opportuno.

In una parola, l'assunto “navigare sul Web” può essere dichiarato *morto*: ormai non si “naviga” più. Al Web si deve accedere con uno scopo preciso, ben delineato e circoscritto, si consultano uno o più indici per avere una prima traccia, si operano delle scelte ragionate e consapevoli, quindi si esaminano – **criticamente** – i risultati proposti e poi si decide se uno o più di questi sono davvero meritevoli di attenzione.

Non fanno eccezione i c.d. “risultati sponsorizzati”, che su Google sono contraddistinti solitamente da un colore diverso, dalla scritta “Ann.” e collocati per primi: essi sono lì perché il responsabile del sito **ha pagato** Google per comparire in quella posizione e questo non significa che non siano

¹¹ È questo il principio della c.d. *virilità*, ossia quel meccanismo per cui tale informazione si diffonde, al di fuori di qualsiasi controllo e, nonostante qualche inevitabile confutazione, raggiunge ugualmente centinaia, migliaia, a volte decine o centinaia di migliaia di altri utenti, raccogliendo un'attenzione del tutto immeritata.

Web pieno di spazzatura: cosa e come fare? (p. 6 di 6)

degni di nota o di attenzione. Vanno anch'essi considerati – possono infatti essere proprio quel che cercavamo – alla sola condizione di applicare anche ad essi il medesimo pensiero critico, aggiungendo inoltre che deve essere “giustificabile”, “plausibile”, “ragionevole” che chi ha sborsato denaro per ottenere quel “vantaggio” lo abbia fatto in modo sensato e senza “secondi fini”.

Quanto, infine, all'imbattersi “casualmente” in siti del tutto dubbi – cosa che può avvenire con grande facilità saltando ciecamente da un sito all'altro seguendo link ipertestuali senza attivare la “modalità critica” o all'interno dei social network – ancora di più occorre essere vigili: un click avventato, corrisposto senza pensarci, oltre ad essere potenzialmente rischioso per l'ormai quotidiana presenza di siti malevoli che portano contagi virali al proprio computer o smartphone, può risultare dannoso e alimentare strategie comunicative o infettanti delle quali non si è minimamente a conoscenza.

Marco Valerio Principato

Argomenti trattati:
conoscenza, filosofia, informazione, web

Questo articolo, secondo quanto definito dalla licenza d'uso Creative Commons Share Alike 3.0 IT, può essere riprodotto anche integralmente alle seguenti condizioni:

- 1. citare per esteso la fonte e collegarla mediante link ipertestuale;*
- 2. citare per esteso il nome dell'autore.*

Le dimensioni del carattere sono sufficientemente grandi da permettere un'agevole lettura anche su dispositivi elettronici come gli ebook reader.

Questo articolo è online dal 24/10/2016 all'indirizzo:
<http://nbtimes.it/?p=21465>