

Facebook ci vorrebbe tutti giornalisti

Tutti contro le fake news. Per scongiurare l'ipotesi che qualche potenza straniera inquina la nostra nobilissima campagna elettorale, ecco che arriva Facebook – il social network più grande del mondo che dormiva durante le presidenziali americane ma ha deciso di intervenire per le politiche italiane. Pugno di ferro, dunque, contro chi pubblica e diffonde notizie false? Ehm no, questo non si può fare: la democrazia è la democrazia, chiunque abbia una connessione a internet può pubblicare ciò che vuole. Meglio allora curarsi degli utilizzatori finali, educarli, non so: fargli sostenere un esame di stato in comprensione del testo e delle immagini. Da qualche giorno il social network del miliardario Mark Zuckerberg ha iniziato a diffondere tra i suoi utenti italiani il “decalogo” per proteggersi dalle fake news per arrivare sani e salvi al quattro di marzo. Si tratta proprio di una serie di regolette, che riassumiamo qui. Al primo posto, secondo Facebook, c'è “non ti fidare dei titoli: le notizie false spesso hanno titoli altisonanti scritti tutti in maiuscolo e con ampio uso di punti esclamativi”, e viene il sospetto che i cinguettii di Donald

Trump c'entrino qualcosa. Seconda regola: “Guarda bene l'Url” – una lezione ricevuta dal numero di click che faceva “Il Giornale” al posto de “Il Giornale” quando ancora non sapevamo che cosa fossero le fake news. Ma da qui in poi Facebook dà il meglio di sé, perché le altre regole sono: “Fai ricerche sulla fonte”, “Fai attenzione alle foto”, “Controlla le date degli avvenimenti, potrebbero essere errate”, “Verifica le testimonianze: controlla le fonti dell'autore per assicurarti che siano attendibili”, “Controlla se altre fonti hanno riportato la stessa notizia”. In pratica, secondo le nuove regole anti fake news di Zuckerberg, tutti gli utenti di Facebook dovrebbero essere in grado di passare non dico l'esame di stato dell'Ordine dei giornalisti, ma quantomeno il primo colloquio con Reuters. Ed è difficile immaginarlo, considerato che l'utente medio di Facebook commenta qualunque post senza nemmeno aprire il link, fermandosi al titolo. Ma lo capiamo: il decalogo è il modo migliore per Facebook per scaricare la responsabilità della diffusione delle fake news sugli utenti incapaci, piuttosto che sulla piattaforma. Bel colpo, Mark. (giu.pom)