Dipartimento di Comunicazione ed Economia

Corso di Laurea Magistrale in

Management e Comunicazione d'Impresa

A.A. 2025/2026

Il COVID-19 e la pandemia della disinformazione: determinanti della credenza nelle fake news, comunicazione istituzionale e strategie di contrasto

Relatrice:

Prof.ssa Anna Rita Graziani

Laureanda:

Silvia Vincenzi

INDICE

INTRODUZIONE 4
CAPITOLO 1: UN QUADRO GENERALE SULLE FAKE NEWS 8
1.1 Origini del termine 8
1.2 Evoluzione storica delle fake news 11
1.3 Modalità di concettualizzazione 18
1.4 Motivazioni politiche 20
CAPITOLO 2: FAKE NEWS E COVID-19 27
2.1 Nascita del virus ed infodemia 27
2.2 Principali fake-news nate durante la crisi pandemica 35
2.3 Rimedi casalinghi e automedicazione durante la pandemia da COVID-19 46
2.4 Il caso Italia 48
CAPITOLO 3: I FATTORI CHE INFLUENZANO LA CREDENZA NELLE FAKE NEWS 55
3.1 Bias cognitivi ed euristiche 55
3.2 Fattori emotivi 61
3.3 Caratteristiche individuali 67
3.4 Fattori sociali e identitari 73
3.5 Resistenza alla correzione 78
CAPITOLO 4. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E SCIENTIFICA DURANTE LA PANDEMIA: CRISI DI FIDUCIA E OPPORTUNITA' MANCATE 84
4.1 Comunicazione istituzionale durante l'emergenza Covid 84
4.2 Incertezza scientifica e comunicazione del rischio 91
4.3 Crisi di fiducia nelle istituzioni sanitarie e scientifiche 98
4.4 Ruolo dei media tradizionali 103
CAPITOLO 5: STRATEGIE DI CONTRASTO 112
5.1 Interventi reattivi 112
5.2 Interventi preventivi 117
5.3 Ruolo delle piattaforme e delle istituzioni 122
5.4 Implicazioni per la comunicazione sanitaria: lezioni apprese e best practice derivanti dal caso COVID-19 128
CONCLUSIONI 135
BIBLIOGRAFIA 138

INTRODUZIONE

Nella moderna società globalizzata nella quale viviamo siamo costantemente in contatto con informazioni provenienti da tutto il mondo. Sebbene fino a pochi decenni fa le notizie venissero filtrate dal punto di vista editoriale, tramite l'utilizzo di mezzi di comunicazione tradizionali, come la stampa, la radio e la televisione, ad oggi, la nascita di internet ha rivoluzionato le modalità tramite le quali le persone si informano. Grazie alla nascita della rete e dei social media negli anni più recenti, la possibilità di diffondere informazioni è entrata nelle mani di chiunque volesse farlo, dando il via alla pubblicazione di contenuti non verificati. Questo passaggio è di fondamentale importanza, in quanto, nonostante le fake news esistano da tempi molto più remoti, ha contribuito all'esplosione del fenomeno. Il concetto di fake news non può essere circoscritto solamente alla definizione del termine stesso, in quanto gli studi effettuano una distinzione terminologica ben precisa, definendo la misinformazione, la disinformazione e la malainformazione. Questa complessità terminologica del fenomeno si collega ad un contesto culturale più ampio definito: era della post-verità. Questo particolare periodo si caratterizza per il fatto che la formazione dell'opinione pubblica sia guidata maggiormente dalle emozioni, dalle paure e dalle convinzioni che le informazioni suscitano nelle persone, piuttosto che dai dati empirici. La perdita di potere da parte dei dati oggettivi e verificati ha dato spazio a contenuti che vanno ad adattarsi e modellarsi a seconda delle opinioni politiche e sociali di ciascun individuo. In questo contesto nasce il fenomeno odierno delle fake news, informazioni false, create ad hoc sia per perseguire scopi meramente economici, tramite la monetizzazione derivante dai clickbait (titoli sensazionalistici che hanno il solo scopo di incuriosire l'utente a cliccare su un determinato link), sia per perseguire obiettivi di natura politica e strategica, volti a manipolare il consenso e polarizzare il dibattito pubblico. Le fake news nascono come veri e propri strumenti di propaganda moderna, infatti creare notizie false che attaccano un determinato gruppo sociale e politico, porta ad un rafforzamento del senso di appartenenza di chi la condivide, creando una spaccatura tra chi crede alla notizia, e chi no.

La natura psicologica dell'essere umano è la componente chiave di cui si nutrono le fake news: le notizie false nascono e si diffondono perché riescono a colmare un bisogno umano fondamentale, ovvero riuscire ad offrire risposte immediate e narrazioni semplificate di fronte ad una realtà percepita come complessa e minacciosa.

L'efficacia e la rapidità con le quali queste informazioni si diffondono non dipendono solamente da chi le ha create e da quali mezzi ha utilizzato, ma sono strettamente legate ai motivi per cui le persone tendono a crederci. In questo campo la letteratura scientifica ha evidenziato che i fattori di vulnerabilità siano molteplici e complessi, legati alla sfera personale

e sociale. Da un lato operano dinamiche prettamente cognitive: è il caso delle euristiche e delle scorciatoie mentali, che il cervello umano utilizza per semplificare la realtà. Queste, a loro volta, spesso sfociano in veri e propri bias di conferma. Dall'altro lato risultano decisivi i fattori emotivi, come la paura o la rabbia, che riducono la capacità di analisi critica. Inoltre, le caratteristiche personali giocano un ruolo decisivo, insieme al livello di istruzione digitale e cultuale di ciascuna persona. Il contesto sociale nel quale vive ciascun individuo è fondamentale nell'analisi dell'informazione falsa, in quanto l'adesione a questa risponde spesso ad un bisogno di appartenenza e riconoscimento all'interno del proprio gruppo sociale. Conoscere tutte queste variabili, che concorrono all'adesione ed alla credenza della veridicità delle notizie non verificate è fondamentale per riuscire a combattere il fenomeno e mettere in atto una serie di accorgimenti a livello personale per non ricaderci. I social network giocano un ruolo fondamentale grazie alla moderna profilazione dei contenuti, che va ad associarsi alle idee di ciascun utente, presentandogli contenuti che seguono quelle che sono le sue ideologie. Recentemente abbiamo assistito e vissuto in prima persona uno degli avvenimenti più significativi riguardanti il tema delle fake news, ovvero la pandemia da Coronavirus-19, propagatasi in Italia a partire dall'inverno del 2020. Questa grave emergenza sanitaria, a livello globale, ha portato con sé la diffusione di teorie complottiste su diversi fronti, a partire dalle origini del virus, dalla disinformazione riguardante i vaccini e da false cure non certificate dal punto di vista medico-sanitario. La comunicazione, in particolare quella istituzionale, è stata di fondamentale importanza per affrontare un periodo così complesso dal punto di vista dell'incertezza e della paura. Questo bisogno marcato è dato dalla necessità delle persone di essere a conoscenza di ciò che sta accadendo, in quanto hanno bisogno di ottenere informazioni ed indicazioni rapide ed affidabili. Ad oggi, è necessario associare a quel periodo non solo una crisi sanitaria, ma anche una crisi comunicativa. Ci si chiede, infatti, se la comunicazione sia stata sufficiente e funzionale, data l'analisi della molteplicità della diffusione ed adesione alle fake news. Il propagarsi di quest'ultime è stato particolarmente accentuato da un utilizzo massiccio dei social media, tramite i quali le persone erano alla ricerca di spiegazioni semplici ad un fenomeno così complesso e variegato nel quale si trovavano, oltre che ad una velocità di comunicazione online che supera di gran lunga quella istituzionale e medico sanitaria. Il quadro appena descritto è stato definito dall'Organizzazione Mondiale della Sanità attraverso il termine infodemia, ovvero una sovrabbondanza di informazioni, corrette e non, che rende difficile per i cittadini individuare fonti attendibili ed orientarsi tra i contenuti verificati e le fake news. In questo particolare contesto caratterizzato da elevata incertezza, la rapida circolazione di informazioni non verificate ha contribuito ad alimentare confusione, paura e sfiducia nei

confronti delle istituzioni e della comunità scientifica. Per queste ragioni, la pandemia da COVID-19 rappresenta uno dei casi più significativi per analizzare il fenomeno delle fake news nell'era digitale. Tramite questo fenomeno si è dimostrato come la diffusione della disinformazione possa accompagnare ed aggravare una crisi già esistente. Gli studi mettono in luce l'importanza di una comunicazione istituzionale chiara, tempestiva e basata su evidenze empiriche, nonché la necessità di sviluppare una maggiore alfabetizzazione mediatica e digitale nella popolazione. La pandemia ha inoltre evidenziato come la disinformazione non costituisca soltanto un problema legato alla diffusione di contenuti falsi, ma rappresenta un fenomeno capace di influenzare concretamente atteggiamenti, opinioni e comportamenti individuali e collettivi. La circolazione di informazioni non verificate ha inciso molto sul rapporto di fiducia tra cittadini, istituzioni e comunità scientifica, contribuendo a rafforzare fenomeni di polarizzazione e di scetticismo nei confronti delle indicazioni fornite dalle autorità competenti. Questa emergenza sanitaria ha rappresentato un importante punto di svolta nella riflessione del ruolo della comunicazione dell'era digitale. È stato evidenziato come la rapidità con cui i contenuti vengono prodotti e condivisi renda sempre più necessario promuovere strumenti di verifica delle fonti.

Per riuscire a combattere il fenomeno delle fake news è necessario intervenire su più fronti. Dal punto di vista tecnologico è importante effettuare analisi del ruolo delle piattaforme social, attraverso l'implementazione di rigorosi algoritmi di moderazione, rimozione di contenuti non verificati ed etichettatura puntuale delle notizie, per arginare il problema del clickbait. Per quanto riguarda il lato giornalistico risulta necessario porre la massima importanza al fact-checking indipendente e al giornalismo di qualità.

Alla luce di questo scenario, questo elaborato si propone l'obiettivo di analizzare in modo sistematico il fenomeno delle fake news, concentrandosi in particolare sull'infodemia scatenata dalla crisi pandemica del COVID-19. Attraverso un approccio multidisciplinare verranno indagate le radici storiche, cognitive, emotive e sociali che rendono gli individui suscettibili alla disinformazione, per poi esaminare criticamente i limiti della comunicazione istituzionale durante l'emergenza. Il fine ultimo della ricerca mira a mappare e valutare le strategie di contrasto sia preventive che reattive.

Per raggiungere gli obiettivi prefissati il presente lavoro si articola in cinque capitoli principali. Il primo capitolo presenta un quadro di riferimento, analizzando l'origine del termine fake news e la sua evoluzione storica, oltre che le modalità di concettualizzazione e le motivazioni politiche che ne governano la diffusione.

Il secondo capitolo indaga un particolare studio empirico contestualizzando il fenomeno all'interno della crisi pandemica del COVID-19, dedicando un approfondimento specifico all'analisi del contesto italiano.

Nel terzo capitolo l'indagine si sposta sui meccanismi psicologici, cognitivi e relazionali che spiegano perché le persone tendono a credere alla disinformazione. Verranno analizzati i bias cognitivi, le caratteristiche personali degli individui e il ruolo dei fattori sociali ed identitari. Successivamente, il quarto capitolo esamina criticamente la gestione della comunicazione istituzionale e scientifica durante la pandemia e, infine, il quinto capitolo è dedicato all'analisi delle strategie di contrasto. Il lavoro si conclude esaminando le lezioni apprese dalla pandemia e proponendo le linee guida e le best practice per una più efficace comunicazione della salute in futuro.

CAPITOLO 1: UN QUADRO GENERALE SULLE FAKE NEWS

1.1 Origini del termine

Il panorama sociopolitico contemporaneo è profondamente segnato dall'avvento della cosiddetta: era della post-verità (Baptista & Gradim, 2022). Si tratta di un momento storico in cui i fatti oggettivi e i dati scientifici sembrano perdere il loro potere persuasivo di fronte a narrazioni cariche di emotività, spesso alimentate e amplificate dalla logica dei social network e dalla velocità della rete. Questa trasformazione ha spinto studiosi di varie discipline a cercare le parole giuste per descrivere il fenomeno, portando alla nascita di un'infinità di concetti: "misinformation[1]", "disinformation[2]", "fake news[3]", "post-truth[4]", "bullshit[5]", "information pollution[6]" o "information disorder[7]". Si tratta di espressioni nate per catalogare le diverse sfumature e le varie fasi della manipolazione informativa, ma che finiscono per sovrapporsi, creando un panorama teorico confuso. Questo insieme di termini, infatti, non fa che complicare la ricerca sul campo e ostacolare i tentativi concreti di riconoscere e arginare le informazioni false. Il dibattito più acceso si è concentrato soprattutto sull'espressione "fake news", diventata col tempo un'etichetta sempre più vaga e abusata. Come evidenziato dai ricercatori Joan Pedro Baptista e Anabela Gradim nel 2022, l'utilità scientifica di questo termine è fortemente limitata da due problemi: il suo significato cambia continuamente a seconda di chi lo usa, in base alle diverse aree di ricerca e la sua natura generica rende difficilissimo stabilire criteri chiari e misurabili per la ricerca scientifica. Per superare questi ostacoli, la maggior parte degli autori e dei ricercatori ha proposto di accantonare l'etichetta "fake news" e scegliere formule più ampie e neutrali. È da questa esigenza che sono nate alternative come "*information pollution*", che

[1]Il termine 'Misinformation', in italiano misinformazione è la diffusione involontaria di informazioni false, inesatte o fuorvianti senza alcun intento malevolo o deliberato di ingannare.

[2]Il termine 'Disinformation' indica la diffusione deliberata di informazioni false, manipolate o fuorivianti con l'intento di ingannare il pubblico, influenzare opinioni o comportamenti, oppure arrecare un vantaggio politico, economico o sociale a chi le diffonde.

[3]Il termine 'Fake news' indica contenuti informativi deliberatamente falsi o gravemente fuorvianti, presentati sotto forma di notizie giornalistiche con l'intento di ingannare il pubblico, influenzare opinioni o ottenere vantaggi economici, politici o sociali.

[4]Il termine 'Post-truth' indica una condizione comunicativa nella quale i fatti oggettivi incidono meno sulla formazione dell'opinione pubblica rispetto agli appelli alle emozioni, alle convinzioni personali ed alle identità di gruppo.

[5]Il termine 'Bullshit' indica un concetto elaborato da Harry G. Frankfurt per indicare un discorso caratterizzato dall'indifferenza nei confronti della verità: chi produce 'bullshit' non si preoccupa se ciò che afferma sia vero o falso, ma soltanto dell'effetto comunicativo che intende ottenere.

[6]Il termine 'Information pollution', ovvero inquinamento informativo, indica un insieme di contenuti inaccurati, fuorvianti, irrilevanti, manipolati o eccessivi che degradano la qualità dell'ecosistema informativo, rendendo più difficile individuare informazioni affidabili e prendere decisioni informate.

[7]Il termine 'Information disorder', in italiano disordine informativo, indica un quadro teorico che descrive le diverse forme di alterazione dell'informazione nell'ambiente digitale, comprendendo i termini misinformation, disinformation e malinformation.

paragona la diffusione di dati falsi a un vero e proprio inquinamento dell'ambiente in cui ci informiamo, o "*information disorder*", un modello che fa ordine dividendo il problema in tre categorie precise in base alle intenzioni di chi comunica: la misinformazione, la disinformazione e la malinformazione. Anche le istituzioni internazionali hanno avuto la necessità di una maggiore precisione terminologica; infatti, già nel 2018, un gruppo di esperti della Commissione Europea ha raccomandato di preferire la parola "disinformation" a "fake news", giudicandola una formula più netta, scientifica e priva di condizionamenti politici. Altri studiosi, infine, hanno tentato una via di mezzo proponendo l'espressione "*fake information*", un modo per mantenere l'accento sulla falsità del contenuto senza portarsi dietro il pesante bagaglio polemico che ormai accompagna il mondo del giornalismo tradizionale. Questa molteplicità di proposte riflette il tentativo di costruire un linguaggio condiviso, capace di rappresentare la complessità di un panorama mediatico frammentato senza rinunciare alla chiarezza necessaria per fare ricerca. Tuttavia, alcuni studiosi ritengono che il concetto di fake news continui a meritare di essere utilizzato, anche se la complessità del suo significato è riconosciuta e si cerca incessantemente una definizione comune. Gran parte delle informazioni sulle fake news confonde tre nozioni: mis-informazione, dis-informazione e mal-informazione (Wardle & Derakhshan, 2017). Con il termine Dis-informazione si intende un'informazione che è falsa e deliberatamente creata per danneggiare una persona, un gruppo sociale, un'organizzazione o un paese; il termine Mis-informazione identifica un'informazione che è falsa, ma non creata con l'intenzione di causare danno; infine il termine Mal-informazione identifica un'informazione che si basa sulla realtà, usata per infliggere danno una persona, organizzazione o paese.

Le elezioni presidenziali francesi del 2017 forniscono esempi che illustrano tutti e tre i tipi di disordine informativo (Wardle & Derakhshan, 2017):

- Una delle fake news più note della campagna elettorale è stata la creazione di una sofisticata versione duplicata del quotidiano belga 'Le Soir', con un articolo falso che affermava che Macron fosse finanziato dall'Arabia Saudita; questo è un chiaro esempio di mis-informazione.
- L'attacco sugli Champs-Elysées del 20 Aprile 2017 ha ispirato una grande quantità di di mis-informazione, come accade in quasi tutte le situazioni di breaking news. Individui sui social media hanno involontariamente pubblicato una serie di voci, ad esempio la notizia che un poliziotto fosse stato ucciso. Le persone che condividono questo tipo di contenuto raramente lo fanno per causare un danno, piuttosto, sono prese

dal momento, cercano di essere d'aiuto, e non riescono a ispezionare adeguatamente le informazioni che condividono; questo è un chiaro esempio di mis-informazione.

- Un esempio eclatante di mal-informazione si è verificato quando le email di Emmanuel Macron sono trapelate il venerdì prima del ballottaggio del 7 Maggio. Le informazioni contenute nelle mail erano reali, sebbene la campagna di Macron avrebbe incluso informazioni false per diminuire l'impatto di qualsiasi potenziale fuga di notizie. Tuttavia, rilasciando informazioni private nella sfera pubblica pochi minuti prima del blackout mediatico in Francia, la fuga di notizie era progettata per causare il massimo danno alla campagna di Macron.

I primi utilizzi del termine fake news differivano in relazione al grado di fattualità; le parodie giornalistiche, come ad esempio '*The Onion'* si basano su resoconti inventati e notizie fittizie, mentre le satire giornalistiche come '*The Daily Show'* prendono spunto da eventi e questioni reali. Entrambe, tuttavia, hanno come obiettivo principale quello di divertire il pubblico: la falsità viene utilizzata come strumento comico. I produttori di questo tipo di contenuti instaurano un accordo implicito con il pubblico, il quale riconosce che il fatto che tali contenuti si presentino come notizie reali costituisce una condizione necessaria affinché l'effetto umoristico possa funzionare. (Tandoc et al., 2017)

Sebbene molte definizioni abbiano posto l'attenzione ed evidenziato la volontà di creare falsità e l'intenzione manipolatoria delle fake news, ciò che le distingue delle altre tipologie di disinformazione è il loro tentativo di imitare il formato delle notizie giornalistiche.

È quindi interessante riportare una serie di definizioni: gli autori Lazer et al. (2018, p. 1094) definiscono le fake news come "informazioni fabbricate che imitano il contenuto dei mezzi di informazione per forma, ma non per processi organizzativi o finalità"; Alcott e Gentzkow (2017, p.213) le descrivono invece come "articoli giornalistici intenzionalmente e verificabilmente falsi, in grado di trarre inganno ai lettori"; secondo Rochlin (2017, p.388), le fake news consistono in "titoli e articoli deliberatamente falsi, pubblicati su siti web progettati per apparire come autentici siti di informazione e diffusi attraverso i social media".

Queste definizioni mettono in luce il ruolo centrale del formato giornalistico nella capacità delle fake news di agire come strumenti di disinformazione. Le fake news inoltre si appropriano del valore sociale storico che le società attribuiscono al giornalismo e al prodotto principale della sua attività: la notizia. Imitando le notizie autentiche, le fake news riconoscono e, allo stesso tempo, rischiano di compromettere la credibilità e la legittimità che il pubblico associa tradizionalmente al linguaggio, alla struttura e allo stile dell'informazione professionale.

L'attenzione posta alla diversa terminologia è fondamentale per analizzare il fenomeno delle fake news, in quanto si tratta di un campo semantico estremamente variegato, che contiene al suo interno sfaccettature importanti nello studio delle diverse tipologie di informazione falsa. Le motivazioni alla base della creazione di quest'ultima spaziano da una natura prettamente economica ad una natura psicologia per attirare consensi in merito a diverse tematiche.

1.2 Evoluzione storica delle fake news

La disinformazione digitale su larga scala sta diventando pervasiva nei social media online, al punto da essere stata indicata dal World Economic Forum[8] come una delle principali minacce per la società (World Economic Forum, 2017). Tuttavia, le fake news non sono affatto un fenomeno nuovo, sebbene il tema sia tornato con forza al centro dell'attenzione durante la campagna elettorale statunitense del 2016, le sue origini risalgono a un'epoca precedente all'invenzione della stampa. Voci, racconti falsi e manipolazioni delle informazioni probabilmente esistono da quando gli esseri umani vivono in gruppi nei quali il potere ha un ruolo decisivo. Prima della stampa, le notizie circolavano soprattutto oralmente, da persona a persona, perciò la capacità di influenzare ciò che gli altri sanno è stata per secoli una risorsa di grande valore (M. Burkhardt, 2017).

Partendo dall'era precedente alla stampa, come viene descritto da Joanna M. Burkhardt (2017), le prime forme di scrittura, incise su argilla, pietra o papiro sono comparse migliaia di anni fa. Queste tipologie di informazioni, che erano contenute in supporti, erano generalmente riservate ai capi del gruppo come faraoni, imperatori o autorità militari e religiose. Il controllo dell'informazione conferiva potere ad alcuni individui sugli altri e contribuiva alla formazione delle strutture gerarchiche tipiche di molte culture storiche: chi controllava la conoscenza, le informazioni e i mezzi per diffonderle diventava leader del gruppo e godeva di privilegi legati agli altri.

L'utilizzo di informazioni manipolate e diffamatorie come uno strumento di lotta politica non rappresenta un fenomeno esclusivamente contemporaneo, al contrario, affonda le proprie radici nella storia delle società umane. Un esempio particolarmente significativo del fenomeno viene offerto dall'opera di Procopio di Cesarea, considerato il principale storico dell'Impero

[8] World Economic Forum: organizzazione internazionale indipendente senza scopo di lucro, fondata nel 1971, che promuove la cooperazione tra settore pubblico e privato sui principali temi economici, politici e sociali globali. Attraverso il Global Risks Report, pubblicato annualmente, il WEF individua e valuta i principali rischi globali; in diverse edizioni del rapporto, la disinformazione e la misinformazione sono state annoverate tra le minacce più rilevanti per la stabilità delle società e dei sistemi democratici.

Bizantino del VI secolo. d.C. Procopio fu il segretario e consigliere del generale Belisario e, durante la sua carriera, scrisse opere di carattere storico nelle quali descriveva in termini generalmente favorevoli il regno dell'imperatore Giustiniano I. Tuttavia, dopo la morte dell'imperatore, compose un'opera totalmente diversa, intitolata '*Secret History'* destinata a circolare in forma privata, e poi pubblicata dopo la sua morte. In quest'opera l'autore propone un ritratto estremamente negativo dell'imperatore Giustiniano e dell'imperatrice Teodora, attribuendo loro comportamenti immorali, corruzione e persino caratteristiche demoniache. Molte di queste accuse non trovano riscontro in altre fonti storiche contemporanee e di fatto sono considerate dagli studiosi il risultato di un forte intento polemico e denigratorio piuttosto che una ricostruzione oggettiva degli eventi (Greatrex, 2015). La scelta di pubblicare determinate affermazioni soltanto dopo la morte dell'imperatore eliminava qualsiasi possibilità di smentita, di confronto diretto o di conseguenze politiche nei confronti dell'autore. Sebbene non sia possibile assimilare automaticamente questo episodio al moderno fenomeno delle fake news, esso dimostra come la manipolazione delle informazioni, la diffusione di narrazioni funzionali ad interessi personali o politici e l'impiego della comunicazione come strumento di delegittimazione degli avversari, costituiscano pratiche ricorrenti nella storia. In questo senso, il caso di Procopio rappresenta una delle prime testimonianze dell'uso strategico dell'informazione per influenzare la reputazione di figure pubbliche e orientare il giudizio dei lettori, anticipando dinamiche che, sebbene oggi amplificate dalle tecnologie digitali, affondano le proprie radici in epoche molto precedenti.

Successivamente, l'invenzione della stampa e la diffusione parallela dell'alfabetizzazione resero possibile una circolazione più ampia delle informazioni. L'introduzione della stampa a caratteri mobili da parte di Johannes Gutenberg, nella seconda metà del XV secolo, rappresentò una svolta nella storia della comunicazione, poiché rese più semplice e meno costosa la produzione di libri e altri materiali scritti (Einstein, 1979). Di conseguenza, un numero sempre maggiore di persone ebbe accesso alle informazioni e alla conoscenza, anche se l'alfabetizzazione rimase per lungo tempo un privilegio riservato ad una parte limitata della popolazione. Chi sapeva scrivere e leggere era in grado di sfruttare questa competenza al fine di manipolare chi non era alfabetizzato, in quanto quest'ultimo non aveva gli strumenti necessari per verificare autonomamente le informazioni ricevute. Contemporaneamente, con l'aumento del numero di lettori divenne progressivamente più difficile ingannare il pubblico travisando ciò che era scritto, in quanto cresceva anche la possibilità che le notizie venissero confrontate con altre fonti.

Quando i tassi di alfabetizzazione crebbero ulteriormente, stampare e vendere informazioni divenne economicamente conveniente. In questo contesto, la capacità di scrivere in modo convincente e autorevole su un determinato argomento divenne una competenza particolarmente importante. I leader politici e religiosi cercarono sempre di avere scrittori abili al proprio servizio e di controllare quali informazioni venissero prodotte e diffuse. Il controllo della stampa rappresentava infatti uno strumento utile non solo per informare la popolazione, ma anche per orientare le opinioni e consolidare il consenso (Einstein, 1979).

Le informazioni stampate iniziarono a circolare in diversi formati e da fonti differenti: libri, fogli volanti, giornali e vignette erano spesso prodotti da autori mossi anche da incentivi di tipo economico. Alcuni venivano pagati dagli editori allo scopo di fornire notizie vere, altri, apparentemente, per scrivere contenuti utili agli interessi dei propri datori di lavoro. Già in questa fase storica, quindi, la diffusione delle informazioni risultava influenzata non solo dalla ricerca della verità, ma anche da interessi politici, economici e ideologici. Tutti elementi che continuano a caratterizzare il fenomeno della disinformazione al giorno d'oggi (Burkhardt, 2017).

Nel corso del tempo si è assistito a diversi episodi che fungono da esempi per dimostrare come le fake news esistano da molto più tempo: un esempio è riconducibile al Gennaio 1926, quando Ronald Arbuthnott Knox realizzò una falsa radiocronaca intitolata '*Broadcasting the barricades'* per la BBC. Durante la trasmissione veniva raccontato che Londra fosse sotto attacco comunista, che il parlamento fosse assediato e che il Savoy Hotel e il Big Ben fossero stati fatti saltare in aria. In realtà si trattava di una trasmissione satirica, presentata come una parodia dei notiziari radiofonici dell'epoca. Tuttavia, molti ascoltatori si sintonizzarono dopo l'avvertenza iniziale, nella quale veniva chiarito che si trattava di una parodia e non di un vero notiziario. Questa drammatica messa in scena, che fu trasmessa pochi mesi dopo lo sciopero generale in Inghilterra, contribuì ad alimentare un temporaneo clima di preoccupazione fino a quando non fu chiarito l'equivoco. A questa trasmissione seguì uno degli episodi più noti della storia della comunicazione di massa: il celebre *War of the worlds* di Orson Welles, un adattamento radiofonico trasmesso nel 1938 negli Stati Uniti. Il programma era tratto dall'omonimo romanzo di fantascienza di H.G. Wells, ma molti ascoltatori, ovvero coloro che non leggevano libri di fantascienza, non potevano conoscere la storia originale. La storia venne presentata sotto forma di radiocronaca, con l'alternanza di bollettini e collegamenti in diretta che imitavano il linguaggio utilizzato dai notiziari dell'epoca. Questa scelta rese il racconto particolarmente realistico e contribuì a far credere ad una parte del pubblico che fosse realmente in corso un'invasione aliena. Anche in questo caso, nonostante fossero presenti alcuni elementi

che indicavano la natura fittizia della trasmissione, numerosi ascoltatori interpretarono il programma come autentico, dando origine ad uno degli episodi più celebri di disinformazione involontaria nella storia dei media. Questi episodi mostrano come il grado di fiducia riposto nel mezzo di comunicazione possa influenzare la percezione del pubblico. Negli anni Venti e Trenta la radio rappresentava il principale strumento di informazione e godeva di un'elevata credibilità; per questo motivo, la presentazione di contenuti immaginari con le caratteristiche di un notiziario fu sufficiente a generare confusione tra molti ascoltatori. Nonostante le finalità degli autori fossero principalmente artistiche o satiriche, questi casi dimostrano come la forma con cui viene presentata un'informazione possa incidere in modo significativo sulla credibilità.
Un altro episodio storico in riferimento al tema della diffusione di fake news può essere individuato il 3 Novembre 1948, quando i redattori del *Chicago Daily Tribune* erano talmente convinti dell'esito delle elezioni presidenziali del giorno successivo, tanto da pubblicare il giornale con il celebre titolo: *Dewey Defeats Truman*. La previsione si basava sui sondaggi disponibili e sulle aspettative della maggior parte degli osservatori politici, i quali ritenevano che ormai fosse certa la vittoria del candidato repubblicano Thomas E. Dewey. Tuttavia, lo scrutinio dei voti dimostrò il contrario: il presidente uscente Harry S. Truman ottenne la rielezione, smentendo le previsioni. L'episodio è diventato uno dei più celebri errori della storia del giornalismo anche grazie alla fotografia divenuta iconica in quanto mostra il presidente Truman mentre sorregge il giornale con quel titolo errato. L'immagine è ancora oggi utilizzata come simbolo dei rischi connessi alla pubblicazione di informazioni non adeguatamente verificate e dell'importanza di non anticipare gli eventi prima della conferma ufficiale dei risultati. Successivamente il quotidiano ritirò l'affermazione e ristampò l'edizione con la notizia corretta più tardi, nello stesso giorno. Sebbene l'errore non fosse causato dalla volontà di ingannare il pubblico, ma da un'eccessiva fiducia nelle previsioni disponibili, questo episodio dimostra come anche le testate giornalistiche più autorevoli possano diffondere informazioni inesatte quando la verifica delle fonti risulta insufficiente o viene sacrificata a favore della rapidità della pubblicazione. Proprio per questo motivo il caso appena citato viene spesso indicato negli studi sul giornalismo come esempio dell'importanza del fact-checking e della verifica delle informazioni prima della pubblicazione. Ancora oggi, uno dei principi fondamentali dell'etica giornalistica consiste nel confermare una notizia attraverso più fonti attendibili prima di renderla pubblica, riducendo il rischio di diffondere informazioni errate che potrebbero compromettere la credibilità della testata e influenzare l'opinione pubblica.
Alcuni degli autori e dei produttori appena citati avevano sensibilmente intenzioni innocue, come nel caso delle opere satiriche o delle rappresentazioni create con finalità di

intrattenimento, mentre altri sembrano aver agito con l'obiettivo di danneggiare individui, famiglie o governi. Questa distinzione è fondamentale, in quanto non tutte le fake news vengono create con lo stesso scopo: in alcuni casi l'errore deriva da una mancata verifica, da una valutazione sbagliata degli eventi o da un fraintendimento, mentre in altri casi la falsità viene costruita deliberatamente per influenzare il pubblico oppure per ottenere un determinato risultato. Le conseguenze, involontarie o volute, della diffusione delle fake news nell'epoca precedente a Internet furono già profonde e di ampia portata rispetto ai mezzi di comunicazione disponibili in quel periodo. Una notizia errata pubblicata su un giornale, trasmessa alla radio o diffusa attraverso materiali stampati poteva influenzare la percezione degli eventi da parte di migliaia o milioni di persone, soprattutto considerando il livello di fiducia che il pubblico attribuiva alle principali fonti di informazione. Con l'aumento dei mezzi di diffusione, anche la gravità delle conseguenze è progressivamente cresciuta, così come anche la capacità della fake news di raggiungere un pubblico sempre più ampio. Ogni nuova innovazione nel campo della comunicazione ha infatti modificato il rapporto tra produttore e destinatari delle informazioni, rendendo più veloce la circolazione delle notizie ma, allo stesso tempo, aumentando le possibilità di diffusione di contenuti non verificati. La crescita dei mezzi di comunicazione di massa ha quindi ampliato non solo le opportunità di accesso alla conoscenza, ma anche i rischi legati alla manipolazione dell'informazione. Per questo motivo, il fenomeno delle fake news non deve essere considerato come una conseguenza esclusiva dell'era digitale, ma come un problema storico legato al modo in cui gli individui producono, distribuiscono e interpretano le informazioni. Internet e i social media hanno modificato profondamente la velocità e la scala di diffusione delle fake news, ma le dinamiche alla base della manipolazione informativa erano già presenti nelle società precedenti.

Alla fine del XX secolo, Internet offrì nuovi strumenti per diffondere le fake news su una scala enormemente superiore rispetto al passato. La nascita della rete modificò profondamente il modo in cui le informazioni venivano prodotte, distribuite e consumate, poiché per la prima volta individui ed organizzazioni non legate ai tradizionali mezzi di comunicazione potevano pubblicare contenuti potenzialmente accessibili ad un pubblico globale. Quando internet divenne progressivamente accessibile al pubblico, chiunque disponesse di un computer e di una connessione poteva utilizzare la rete per condividere informazioni, opinioni e materiali di diverso tipo. Allo stesso tempo, i progressi tecnologici resero i computer sempre più economicamente accessibili alla persona media e contribuirono alla crescita della popolazione online. Pubblicare informazioni online divenne un modo sia per rendere disponibili contenuti

informativi senza dover ricorrere agli intermediari tradizionali, come giornali, editori o emittenti televisive, sia per promuovere prodotti in tempi quasi immediati.

Tuttavia, la maggiore facilità di accesso agli strumenti di pubblicazione portò con sé anche nuove problematiche: se da un lato Internet consentiva una diffusione più democratica della conoscenza e permetteva ad un numero maggiore di persone di partecipare al processo comunicativo, dall'altro rendeva più complesso distinguere tra informazioni affidabili e contenuti falsi o manipolati. La riduzione delle barriere alla pubblicazione fece sì che anche individui privi di competenze specifiche o di un controllo editoriale potessero diffondere informazioni potenzialmente dannose. Nei primi anni della diffusione generalizzata dal web comparvero diversi siti ingannevoli: alcuni di questi avevano finalità principalmente satiriche o di intrattenimento, mentre altri erano creati con l'obiettivo di fuorviare gli utenti e diffondere deliberatamente informazioni distorte o false. Questi siti venivano spesso utilizzati nei corsi di alfabetizzazione informativa come esempi pratici per insegnare agli utenti a riconoscere i segnali di inaffidabilità, come l'assenza di fonti verificabili, titoli sensazionalistici o informazioni prive di conferme esterne. In questa fase iniziale, identificare un sito di fake news risultava relativamente più semplice rispetto al contesto attuale, in quanto molte caratteristiche permettevano di riconoscere facilmente contenuti poco affidabili. Con l'evoluzione della rete, tuttavia, le tecniche utilizzate per produrre e diffondere fake news sono diventate progressivamente più sofisticate, rendendo sempre più difficile per gli utenti distinguere rapidamente tra contenuti autentici e manipolati.

Le prime manifestazioni online delle fake news rientravano spesso nelle categorie dell'intrattenimento, della satira e della parodia. Molti di questi contenuti non avevano l'obiettivo di ingannare deliberatamente, ma erano creati con lo scopo di divertire gli utenti oppure per criticare, attraverso l'ironia, eventi di attualità e personaggi pubblici. Le persone producono fake news per ragioni che, in parte, sono rimaste simili a quelle del passato. La volontà di influenzare l'opinione pubblica, screditare avversari politici, ottenere consenso o attirare l'attenzione rappresenta una costante nella storia della comunicazione. Con la diffusione di internet sono emersi nuovi fattori che hanno favorito la produzione e la circolazione della disinformazione, rendendo il fenomeno più esteso e difficile da contrastare. In particolare, gli incentivi economici del XXI secolo hanno aumentato la motivazione a pubblicare contenuti sensazionalistici o volutamente fuorvianti. A differenza dei mezzi di comunicazione tradizionali, nei quali la pubblicazione era affidata ad un numero limitato di editori e professionisti, internet ha consentito a chiunque di creare un sito web o una pagina online con costi molto contenuti. Questo ha favorito la nascita di numerosi portali che

puntavano ad attirare il maggior numero possibile di visitatori, anche attraverso la diffusione di titoli esagerati o di notizie non verificate. Di conseguenza, le fake news hanno progressivamente assunto non solo una dimensione politica e sociale, ma anche una rilevante dimensione economica. Internet oggi è sostenuto prevalentemente dagli inserzionisti pubblicitari, piuttosto che dai governi o dagli utenti. Gli inserzionisti sono interessati a promuovere i propri prodotti e servizi al maggior numero possibile di persone e, per questo motivo, pagano i proprietari dei siti affinché i loro annunci vengano visualizzati dai visitatori. Si tratta di un modello economico che, per alcuni aspetti, richiama quello già utilizzato dalla stampa tradizionale, ma che nel contesto digitale ha assunto dimensioni più ampie grazie alla possibilità di raggiungere milioni di utenti in tempi estremamente rapidi. Grazie alla potenza di calcolo e alla raccolta dei dati, è possibile misurare il numero di visite e visitatori su un sito: i siti più popolari attirano grandi numeri di utenti e diventano quindi più interessanti per gli inserzionisti. Maggiore è il numero di persone esposte ai prodotti pubblicizzati, maggiori sono le possibilità di vendita. Di conseguenza, l'attenzione degli utenti è diventata una vera e propria risorsa economica.

In questo contesto, molti creatori di contenuti hanno iniziato a privilegiare notizie capaci di attirare rapidamente l'interesse del pubblico. Titoli sensazionalistici, contenuti emotivamente coinvolgenti e informazioni sorprendenti tendono infatti ad essere condivisi più facilmente rispetto a notizie straordinarie. Le fake news sfruttano proprio questo meccanismo: maggiore è il numero di visualizzazioni e condivisioni, maggiori possono essere i ricavi derivanti dalla pubblicità. Per questo motivo, gli incentivi economici rappresentano ad oggi uno dei principali fattori che contribuiscono alla diffusione della disinformazione online.

Le fake news hanno acquisito una notevole visibilità durante le elezioni presidenziali statunitensi del 2016, un evento che ha contribuito a portare il fenomeno al centro del dibattito pubblico internazionale. Sebbene la diffusione di notizie false fosse già presente da tempo, fu proprio in occasione di questa competizione elettorale che l'espressione 'fake news' iniziò ad essere utilizzata con maggiore frequenza per indicare informazioni false diventate virali, poiché migliaia di persone le avevano erroneamente interpretate come notizie autentiche. Tra gli esempi più noti vi sono la falsa notizia secondo la quale Papa Francesco avrebbe espresso il proprio sostegno alla candidatura di Donald Trump e la teoria del complotto, anche se infondata, secondo la quale Hillary Clinton avrebbe gestito una rete segreta di sfruttamento sessuale minorile a Washington DC. Entrambe le notizie ottennero un'ampia diffusione sulle piattaforme digitali, contribuendo ad alimentare il dibattito sul ruolo dei social media nella propagazione della disinformazione. In relazione a ciò, un'analisi realizzata dal sito di intrattenimento ed informazione BuzzFeed ha evidenziato che, negli ultimi tre mesi della

campagna elettorale statunitense del 2016, le venti fake news di maggior successo relative alle elezioni hanno generato complessivamente più condivisioni, reazioni e commenti su Facebook rispetto alle venti notizie autentiche più popolari riguardante la stessa competizione elettorale. Perciò le fake news hanno cominciato ad essere considerate un problema non soltanto perché espongono i cittadini ad informazioni errate, ma anche perché rischiano di compromettere la fiducia nei confronti del giornalismo professionale e delle fonti informative tradizionali. La crescente diffusione della disinformazione ha inoltre reso sempre più necessario sviluppare sistemi di verifica delle informazioni e promuovere forme di educazione ai media, affinché gli utenti siano in grado di valutare criticamente i contenuti che incontrano online. Nonostante le fake news abbiano monopolizzato l'attenzione dei mezzi di comunicazione e suscitato numerose critiche, alcuni studi sostengono che la platea effettivamente esposta a tali contenuti sia relativamente ridotta, almeno negli Stati Uniti. La forte attenzione mediatica dedicata al fenomeno non implica che tutti gli utenti di internet entrino regolarmente in contatto con notizie false o che queste esercitino la stessa influenza su ogni individuo. Inoltre, un'analisi dei dati relativi ai comportamenti online del pubblico durante il periodo delle elezioni presidenziali statunitensi del 2016 ha rilevato che il pubblico delle fake news è limitato e costituisce un sottoinsieme degli utenti più assidui di Internet, mentre la maggior parte delle persone continua a informarsi prevalentemente attraverso fonti giornalistiche tradizionali o siti di informazioni considerati affidabili. Lo studio evidenzia inoltre come l'esposizione alle fake news risulti spesso concentrate in gruppi specifici di utenti caratterizzati da un elevato consumo di contenuti politici online. Questi risultati suggeriscono che il fenomeno delle fake news debba essere interpretato con equilibrio. Da un lato, la loro capacità di raggiungere milioni di persone in tempi molto rapidi rappresenta una sfida significativa per l'ecosistema informativo contemporaneo; dall'altro, è importante evitare di attribuire loro un'influenza maggiore di quelle effettivamente dimostrata dalle evidenze empiriche. Per questo motivo, la ricerca scientifica continua a studiare le modalità con cui la disinformazione si diffonde, gli effetti che produce sui cittadini e le possibili strategie per limitare l'impatto senza compromettere la libera circolazione delle informazioni.

1.3 Modalità di concettualizzazione

Le credenze relative alle notizie possono essere influenzate da molteplici fattori; per questa ragione risulta fondamentale distinguere tra due modalità principali di concettualizzazione dell'adesione a contenuti veri o falsi (Pennycook & Rand, 2021); tale

distinzione è rilevante sia sul piano teorico che su quello metodologico, poiché non tutti i fattori che incidono sulla credenza nelle notizie compromettono allo stesso modo la capacità di valutarne correttamente l'accuratezza. In altri termini, una maggiore propensione generale a credere ai contenuti informativi non coincide necessariamente ad una minore capacità di distinguere il vero dal falso.

Un primo approccio consiste nel concentrarsi sul discernimento della verità (*truth discernment),* cioè sul grado in cui la disinformazione viene creduta in relazione ai contenuti accurati. Questa dimensione viene generalmente calcolata come la differenza tra la credenza attribuita alle notizie vere e quella attribuita alle notizie false (Pennycook & Rand, 2021). In questo modo, essa consente di misurare l'accuratezza complessiva delle credenze individuali e di valutare quanto efficacemente un oggetto riesca a discriminare tra informazioni attendibili e informazioni ingannevoli. Il discernimento della verità costituisce quindi una misura particolarmente utile per comprendere i fallimenti nella distinzione tra contenuti veri e contenuti falsi, ovvero quei casi in cui l'individuo mostra una ridotta sensibilità alla veridicità dell'informazione. Questo modo di concettualizzare la credenza non riguarda semplicemente l'intensità con cui una notizia viene ritenuta plausibile, ma le qualità del giudizio epistemico espresso nei suoi confronti; ciò che conta, infatti, non è soltanto se una persona tende a credere alle notizie, ma se attribuisce sistematicamente maggiore credibilità ai contenuti veri rispetto a quelli falsi. In questa prospettiva, il discernimento della verità può essere avvicinato alla nozione di sensibilità, elaborata nella teoria della rilevazione del segnale (Wickens, 2002), poiché entrambe rinviano alla capacità di distinguere correttamente tra categorie di stimoli differenti. Applicata ad un contesto di tipo informativo, questa prospettiva consente di osservare se il soggetto reagisca in maniera differenziata alla veridicità del contenuto oppure se, al contrario, tenda ad accordare fiducia in modo scarsamente selettivo.

Un secondo approccio si concentra invece sulla credenza complessiva (*overall belief)*, vale a dire sulla misura in cui le notizie vengono credute indipendentemente dalla loro accuratezza. In questo caso, la credenza complessiva viene calcolata come media o somma della credenza attribuita sia alle notizie vere sia a quelle false (Pennycook & Rand, 2021). Tale dimensione risulta analoga alla nozione di bias nella teoria della rilevazione del segnale, in quanto riflette una disposizione generale a considerare plausibili i contenuti informativi con cui si entra in contatto. Essa non misura dunque direttamente la capacità di distinguere il vero dal falso, ma piuttosto il livello generale di credibilità o, l'opposto, di scetticismo, che caratterizza il soggetto di fronte alle notizie.

La distinzione tra queste due dimensioni è essenziale, perché i fattori che modificano la credenza complessiva non incidono necessariamente sul discernimento della verità (Pennycook, Rand, 2021). Ad esempio, se la credenza nelle notizie vere e quella nelle notizie false aumentano o diminuiscono nella stessa misura, la propensione generale a credere cambia, ma la capacità di distinguere tra contenuti accurati e non accurati resta invariata. In questo caso, ciò che varia non è l'accuratezza complessiva delle credenze, bensì l'orientamento generale dell'individuo nei confronti delle informazioni. Ne consegue che un incremento della credenza complessiva non può essere interpretato automaticamente come segnale di una maggiore vulnerabilità alla disinformazione, così come una minore credenza generale non equivale necessariamente a una migliore capacità discriminativa. Da questa impostazione deriva una conseguenza metodologica importante: per comprendere adeguatamente il fenomeno della disinformazione, non è sufficiente osservare quanto le persone credano alle notizie, ma occorre analizzare anche come tale credenza si distribuisca rispetto alla veridicità dei contenuti. La tendenza a ritenere plausibili molte notizie può infatti coesistere con una discreta capacità di riconoscere quelle false, così come un atteggiamento più scettico può accompagnarsi a una difficoltà nel valorizzare adeguatamente le notizie vere. Per questo motivo, il discernimento della verità e la credenza complessiva non devono essere considerati indicatori intercambiabili, ma misure distinte che colgono aspetti diversi del rapporto tra individuo e informazione (Pennycook & Rand, 2021)

In termini più ampi, tale distinzione permette di isolare due piani analitici differenti: da un lato vi è la capacità discriminativa, che riguarda l'accuratezza del giudizio e la sensibilità alla differenza tra il vero e il falso; dall'altro vi è la propensione generale alla credenza, che riguarda il livello complessivo di fiducia accordato ai contenuti informativi. Confondere questi due piani rischia di produrre interpretazioni teoriche imprecise, in quanto porta ad attribuire ad un deficit di discernimento ciò che potrebbe invece dipendere da una più generale inclinazione a credere, o viceversa. Separare concettualmente queste dimensioni consente invece di formulare analisi più rigorose sui meccanismi cognitivi coinvolti nella ricezione della disinformazione.

1.4 Motivazioni politiche

Diversi studi dimostrano come il fallimento nel discernere tra notizie vere e false sia radicato nelle motivazioni politiche, si sostiene infatti che le persone siano consumatori motivati da (mis)informazione, ovvero che mettano in atto una "*identity-protective cognition*" nel momento in cui si trovano di fronte a contenuti con valenza politica, e che questo le porti a credere in

maniera eccessiva ai contenuti coerenti con la propria identità partitica ed inoltre ad essere eccessivamente scettiche verso i contenuti incoerenti sempre con la propria identità partitica (Kahan, 2013, 2017, come citato in Pennycook & Rand, 2021). Un'ulteriore teoria correlata sostiene che le persone pongano lealtà alle proprie identità politiche al di sopra della verità e che quindi falliscano nel discernere il vero dal falso a favore del semplice credere alle informazioni ideologicamente concordanti. Questo insieme di ricerche sostiene come un'influenza forte, causale della motivazione politica sulla credenza, sia il fattore dominante che spiega perché le persone cadono nelle fake news. Tuttavia, è importante notare che, l'effetto della concordanza politica è solitamente molto più piccolo di quello della reale veridicità della notizia, ovvero, notizie vere ma politicamente discordanti sono tipicamente credute molto più delle notizie false ma politicamente concordanti, perciò la politica non prevale sulla verità (Pennycook & Rand, 2021).

Passando all'impatto della concordanza politica sul discernimento della verità, una maggiore credenza complessiva nelle notizie politicamente concordanti potrebbe sembrare suggerire che le persone siano meno accurate quando valutano notizie politicamente concordanti, ovvero, che la concordanza politica e le motivazioni ad essa associata interferiscano con il discernimento della verità. Tuttavia, i dati rivelano il pattern opposto: le persone sono in qualche misura più capaci nel distinguere il vero dal falso quando giudicano notizie politicamente concordanti, rispettano notizie politicamente discordanti. Nel complesso, dunque, le prove suggeriscono che l'identità politica e il ragionamento motivato politicamente non siano i fattori primari che guidano l'incapacità di distinguere il vero dal falso nelle notizie online (Pennycook & Rand, 2021).

Un'altra prospettiva sull'incapacità o capacità di differenziare il vero dal falso proviene dal campo del ragionamento: gli studi in questi termini pongono particolare attenzione alle teorie del doppio processo secondo cui il pensiero analitico può prevalere sulle risposte automatiche ed intuitive. Questa prospettiva si pone una domanda chiave: quale ruolo ha il ragionamento riflessivo nella capacità di distinguere le fake news dalla verità? Una possibile risposta sostiene che il ragionamento deliberativo sia spesso motivato dall'identità politica, e che le persone mettano in atto una "cognizione protettiva dell'identità". Questa interpretazione perciò predice che impegnarsi in una maggiore deliberazione dovrebbe condurre a credenze più polarizzate politicamente e, soprattutto, ad una maggiore credenza in affermazioni false ma politicamente concordanti. Dunque, una maggiore deliberazione potrebbe essere associata a un peggior discernimento della verità.

Le informazioni utilizzate per delineare il quadro appena descritto, tuttavia richiedono una precisazione: gli individui effettivamente tendono a sopravvalutare l'accuratezza delle notizie, sia che esse siano vere sia che siano false, quando queste risultano essere in coerenza con i propri atteggiamenti politici, mentre invece si tende a considerare con meno accuratezza quelle politicamente incoerenti, questo non implica che il fenomeno sia spiegato principalmente dal ragionamento motivato (Tappin et al., 2020). Gli studi mostrano infatti come gli atteggiamenti politici, da soli, non bastano per spiegare perché le persone credano alle fake news. Piuttosto, sembrerebbe emergere una tendenza generale a giudicare più accurate le notizie vicine alle proprie convinzioni pregresse, anche perché le informazioni coerenti con le conoscenze e le credenze già in possesso possono essere elaborate con maggiore fluidità e quindi essere percepiti in maniera più positiva. Le prove restano invece limitate rispetto all'idea che gli individui vadano a screditare intenzionalmente le notizie discordanti o che vadano ad accreditare quelle concordanti per una forma consapevole di difesa identitaria.

All'interno di questa prospettiva, il pensiero analitico e la deliberazione assumono un ruolo centrale: quando i soggetti dispongono di più tempo per riflettere, tendono a correggere le valutazioni sbagliate relative alle fake news; tali correzioni si verificano indipendentemente dal fatto che il contenuto della notizia sia coerente oppure incoerente con i loro atteggiamenti politici. Di conseguenza, una maggiore deliberazione non sembra produrre dei giudizi più polarizzati o una maggiore adesione a contenuti falsi ma ideologicamente concordanti, al contrario, appare associata a una riduzione della suscettibilità alle fake news. Il tempo di riflessione, secondo questo punto di vista, non rafforza automaticamente il bias politico, ma migliora la capacità di rivedere i giudizi inizialmente errati.

Molto importante risulta essere il ruolo del pensiero analitico, questo viene misurato attraverso il *cognitive reflection test* (Frederick, 2005), che consiste in una serie di prove in cui la risposta intuitiva immediata risulta errata e deve essere corretta attraverso un'elaborazione più riflessiva. Il pensiero analitico risulta perciò essere negativamente associato all'accuratezza percepita delle fake news ma positivamente associato alla capacità di distinguere tra notizie vere e notizie false. Questa associazione negativa rispetto alle fake news non dipende dalla concordanza politica del contenuto, ma opera in maniera più generale come fattore di protezione; al tempo stesso il pensiero analitico non appare riconducibile a un semplice atteggiamento scettico indiscriminato verso ogni contenuto informativo, in quanto risulta associato a una maggiore accuratezza percepita delle notizie vere in maniera debole, mentre si collega in maniera più netta alla capacità di discernere tra il vero e il falso.

Inoltre, un elemento rilevante è che secondo diversi studi, le fake news tendono ad essere percepite come meno plausibili delle notizie vere: il vantaggio del pensiero analitico dipende almeno in parte dalla sua capacità di riconoscere più efficacemente la presenza di contenuti falsi. In altre parole, la difficoltà che deriva dal discernere il vero dal falso non dipende primariamente dall'identità politica come tale, ma dal diverso grado in cui gli individui attivano modalità di valutazione più riflessive e meno intuitive. Gli atteggiamenti politici dunque influenzano il giudizio sulle notizie, ma non sembrano costituire da soli il fattore dominante nello spiegare perché alcune persone cadano nelle fake news; al contrario ragionamento analitico e di liberazione sembrano configurarsi come fattori di protezione.

In riferimento alla relazione che intercorre tra i concetti di fake news e politica è stato effettuato uno studio elaborato da van der Linden, Panagopoulos e Roozenbeek (2020). Gli autori hanno voluto indagare il cosiddetto 'effetto fake news', ovvero la tendenza, o pregiudizio psicologico, a screditare i media ideologicamente distanti dalla propria partizione politica. Lo studio è particolarmente rilevante in un contesto storico nel quale Internet e i social media stanno diventando un terreno particolarmente fertile per le fake news. Diversi studi hanno dimostrato come le storie dichiarate 'false' da numerose organizzazioni fact-checking si diffondono più velocemente, più lontano nello spazio e più in profondità di qualsiasi altro contenuto informativo (Vossoughi, Roy & Aral, 2018, come citato in Var Den Linden et al., 2020). È importante sottolineare che queste storie proliferano principalmente a causa degli esseri umani, che sono responsabili della maggior parte della diffusione delle fake news, e non a causa dei bot.

Il seguente studio mira ad indagare, come precedentemente detto, l'effetto fake news, in primo luogo viene selezionato un campione rappresentativo di 1000 americani sul quale viene effettuata la ricerca. Si tratta del primo studio strutturato tramite associazioni 'top of mind', ovvero chiedendo ai partecipanti di riferire la prima cosa che viene loro in mente quando pensano al concetto di fake news. Le associazioni top of mind possono essere pensate come rappresentazioni mentali di una questione, ovvero le prime parole, simboli o pensieri che vengono in mente se sollecitati da uno stimolo. Si tratta di un metodo molto diffuso in psicologia, in quanto hanno il vantaggio di permettere risposte più disinibite che spesso guidano i giudizi e le decisioni successive, a differenza delle opzioni di risposta che risultano altamente strutturate. Tramite questo studio vengono esplorate: se la tendenza a respingere i media mainstream e le fonti mediatiche contro-attitudinali sia consequenziale in termini di relazione con la fiducia dei media, le teorie del complotto e il comportamento di voto alle elezioni.

Il campione nazionale composto da mille americani è stato creato tramite una procedura di campionamento stratificato e mantiene un panel online molto ampio; i rispondenti sono abbinati a un quadro di campionamento basato su genere, età, etnia e istruzione, perciò la composizione è la seguente: 53% femmine, 47% maschi, 68% bianchi, 11% neri, 13% ispanici, 2% asiatici, 1% nativi americani e 5% misti o altro. L'età media del campione è 48 anni, inoltre, il 4% non ha ricevuto istruzione formale, il 36% ha conseguito un diploma di scuola superiore, il 21% ha riferito qualche frequenza universitaria e il 39% aveva un'istruzione universitaria o superiore. In termini di ideologia politica il 28% dei partecipanti di identifica come liberal, il 35% moderato e il 37% conservatore. Infine, circa il 32% alle elezioni presidenziali statunitensi del 2016 ha votato Hillary Clinton, il 34% ha votato per Donald Trump, il 26% non ha votato, mentre il restante 8% ha votato per un altro candidato.

Successivamente è stata messa in atto la vera e propria procedura delle associazioni top of mind: ai partecipanti è stato chiesto di riferire la prima cosa che viene in mente loro in riferimento alla parola 'fake news'. In seguito è stato sviluppato uno schema di codifica per categorizzare e analizzare le risposte dei partecipanti. Le risposte sono state classificate in due categorie principali: risposte associative (relative a risposte in cui i partecipanti hanno associato il termine con altre parole o concetti) oppure risposte descrittive (dove i partecipanti hanno dato una descrizione o una definizione del termine). La categoria 'associativa' contiene tre sottocategorie: effetto negativo (parole relative alla negatività), media (associare il termine con testate mediatiche come CNN e Fox News) e politica (ad esempio menzionare Donald Trump o Hillary Clinton). Inoltre, visto che un elevato numero di risposte menzionavano specificatamente Trump, sono state classificate a loro volta le risposte contenenti il nome di Trump come: neutre, negative o positive. La categoria 'descrittiva', a sua volta, contiene le seguenti due sottocategorie: falsa informazione e agenda. Infine, in alcuni casi non è stato possibile collocare le risposte in una determinata categoria o sottocategoria in maniera affidabile.

Inoltre, sono state incluse altre misure, ad esempio la credenza nei complotti, la fiducia nei media e l'ideologia politica. Per indagare la credenza nelle teorie del complotto gli autori hanno chiesto ai partecipanti se credessero o meno che i russi avessero interferito con le elezioni statunitensi del 2016, se considerassero il cambiamento climatico una bufala e se i vaccini causassero l'autismo, valutando le risposte su una scala da 0 a 100. Viene inoltre inclusa la scala della mentalità complottista a cinque item di Bruder. et al (2013) che rileva il pensiero complottista senza fare riferimento specifiche teorie del complotto. Infine viene chiesto ai partecipanti in che misura si fidano delle notizie e dei media mainstream e viene indagata

l'ideologia politica valutandola su una scala standard di autocollocazione a cinque punti (1= molto liberal; 2= liberal; 3= moderato; 4= conservatore; 5= molto conservatore).
Lo studio ha messo in evidenza dei risultati particolarmente interessanti: dal punto di vista delle libere associazioni i ricercatori hanno scoperto che la maggior parte degli americani, quando pensa alle fake news, pensa ai media, il 44% delle persone ha infatti menzionato spontaneamente testate giornalistiche come CNN, Fox News o i media mainstream in generale. Successivamente troviamo la politica, che riporta il 38% delle risposte, nelle quali la figura dominante è Donald Trump, infatti, l'84% di chi ha pensato alla politica ha menzionato specificatamente il presidente; infine, il 18% delle persone ha associato il termine a concetti negativi generici come "bugie", "inganno" o "manipolazione".
Inoltre, i ricercatori hanno osservato una netta differenza nel modo in cui liberal e conservatori interpretano il significato del termine in esame: i liberal tendono ad associare le fake news alla politica, e in particolare alla figura di Trump, i conservatori invece associano le fake news principalmente ai media. Per quanto riguarda l'effetto fake news, ovvero la tendenza di ciascun gruppo politico a etichettare come fake news i media dell'altro schieramento, lo studio conferma questa teoria, infatti, i conservatori considerano fake news le testate tradizionalmente liberal, mentre i liberal considerano fake news le testate tradizionalmente conservatrici. Tuttavia, nonostante questo effetto si verifichi su entrambi i lati dello spettro politico, questo non è simmetrico, i conservatori sono infatti più estremi nell'usare il termine per screditare i media avversari.
Per quanto riguarda l'analisi sulle teorie del complotto: chi considera i media come fake news tende anche a credere di più in alcune teorie del complotto, queste persone sono infatti più propense a credere che il cambiamento climatico sia una bufala e meno propenso a credere che i russi abbiano interferito nelle elezioni americane del 2016. Mostrano inoltre una maggiore mentalità complottista in generale, misurata con una scala psicologica apposita, tuttavia non c'è correlazione con la credenza che i vaccini causino autismo. Lo studio inoltre riporta risultati particolarmente netti nell'ambito delle votazioni nei confronti del presidente Trump: chi ha votato per Trump alle elezioni del 2016 ha una probabilità cinque volte maggiore di associare mentalmente i media mainstream alle fake news.
Gli autori concludono che il termine fake news sia diventato un'arma retorica usata per screditare e respingere informazioni che non si allineano con le proprie convinzioni politiche. Entrambi i gruppi politici lo fanno, ma i conservatori maggiormente e con conseguenze più marcate sulla loro fiducia nei media. Tuttavia è bene sottolineare che questi risultati riflettono il contesto specifico degli Stati Uniti, perciò non è detto che lo stesso fenomeno si verifichi con

la stessa intensità in altri paesi, specialmente quelli con sistemi multipartitici e voto proporzionale, dove la polarizzazione politica tende a essere meno estrema. (van der Linden et al., 2020).

CAPITOLO 2: FAKE NEWS E COVID-19

2.1 Nascita del virus ed infodemia

L'emergenza sanitaria causata dal SARS-CoV-2, il coronavirus responsabile della pandemia da COVID-19, ha rappresentato uno degli eventi più significativi e complessi degli ultimi decenni. La rapidità con cui il virus si è diffuso a livello mondiale ha determinato una crisi sanitaria senza precedenti. Tutto ciò ha portato ad importanti ripercussioni anche sul piano economico, sociale e psicologico (Rovetta, 2021; Moscadelli et al., 2020). Secondo i dati diffusi dall'Organizzazione Mondiale della Sanità, entro il 24 aprile 2021 sono stati confermati circa 144 milioni di casi di infezione e oltre 3 milioni di decessi nel mondo. Accanto all'emergenza epidemiologica si è sviluppata una seconda crisi, meno evidente ma altrettanto rilevante, ovvero quella legata alla diffusione incontrollata delle informazioni. Questo fenomeno, definito infodemia, descrive la presenza di una quantità enorme di notizie, opinioni e contenuti che circolano contemporaneamente, senza che sia sempre possibile distinguerne facilmente l'attendibilità. L'eccesso di informazioni, soprattutto quando comprende contenuti falsi o non verificati può generare confusione (Eysenbach, 2002; WOH, 2020; Rovetta, 2021). Inoltre questo può portare anche ad un ostacolo nei confronti della comprensione dei messaggi sanitari e finire per influenzare negativamente i comportamenti della popolazione, rendendo più difficile il controllo di un'emergenza di salute pubblica. Nonostante il termine infodemia abbia acquisito particolare notorietà durante la pandemia di COVID-19, il problema della disinformazione non rappresenta un fenomeno nuovo, come già precedentemente analizzato. Anche in occasione di precedenti epidemie sono emerse difficoltà nella comunicazione sanitaria. Durante l'epidemia di MERS-CoV, ad esempio, l'utilizzo di denominazioni improprie per indicare la malattia ha favorito la stigmatizzazione di determinate popolazioni e attività economiche, dimostrando come una comunicazione poco accurata possa produrre conseguenze che vanno oltre l'ambito strettamente sanitario. In altri casi, un linguaggio ambiguo o scorretto ha persino contribuito al verificarsi di errori nella pratica clinica e assistenziale. Per affrontare queste problematiche si è progressivamente sviluppata l'infodemiologia, disciplina che studia la diffusione delle informazioni online e il loro impatto sulla salute pubblica. Attraverso l'analisi dei contenuti provenienti dal web, dai motori di ricerca e dai social media, questa branca della ricerca consente di comprendere quali siano le principali preoccupazioni della popolazione. Successivamente vi è la necessità di individuare tempestivamente la diffusione di notizie false e raccogliere informazioni utili per monitorare l'andamento di fenomeni sanitari. Le informazioni reperibili in rete possono infatti offrire dati preziosi sia sul comportamento

degli utenti sia sulla percezione del rischio, supportando le decisioni delle autorità sanitarie. L'Organizzazione Mondiale della Sanità (2021) ha più volte evidenziato come la disinformazione possa favorire la diffusione del virus, alimentando comportamenti non adeguati e riducendo l'adesione alle misure preventive. Per questo motivo, la gestione dell'infodemia è stata riconosciuta come una componente essenziale della risposta alla pandemia. Numerosi paesi per esempio hanno aderito ad iniziative internazionali finalizzate a contrastare la diffusione delle fake news, promuovendo una comunicazione basata sulle evidenze scientifiche. La letteratura individua alcuni elementi fondamentali per una gestione efficace dell'infodemia: ascoltare i bisogni informativi della popolazione, fornire messaggi chiari e comprensibili, rafforzare la fiducia nelle fonti ufficiali e svilupparne nei cittadini una maggiore capacità di riconoscere le informazioni non attendibili (Rovetta, 2021). Le conseguenze della pandemia non hanno riguardato esclusivamente la salute fisica. Le restrizioni indotte per limitare i contagi, la sospensione di molte attività lavorative scolastiche, l'isolamento sociale e l'incertezza legata all'evoluzione della situazione epidemiologica hanno inciso profondamente sul benessere psicologico della popolazione. In un contesto caratterizzato da continui cambiamenti, molte persone hanno sentito il bisogno di cercare costantemente aggiornamenti sul numero dei contagi, sulle modalità di trasmissione del virus, sui sintomi e sulle strategie di prevenzione. Sebbene questa ricerca di informazioni fosse motivata dalla necessità di comprendere una situazione in continua evoluzione, in molti casi ha determinato una vera e propria esposizione eccessiva ai contenuti disponibili online. Diversi studi hanno evidenziato che l'incertezza, il timore del contagio e il continuo flusso di notizie abbia contribuito all'aumento del disagio psicologico nella popolazione generale: durante la pandemia è stato osservato un incremento della sintomatologia ansiosa e depressiva, dei disturbi del sonno, dello stress percepito e di altre manifestazioni correlate alla salute mentale (Xiong et al., 2020). Alcune ricerche (Pirkis et al., 2021) hanno inoltre segnalato un possibile aumento del rischio suicidario, pur sottolineando come tale fenomeno presenti differenze significative tra i diversi contesti geografici e richieda ulteriori approfondimenti. Nello scenario appena descritto, i social media hanno svolto un ruolo centrale sia nella diffusione delle informazioni, sia nella propagazione della disinformazione. La velocità con cui i contenuti possono essere condivisi ha favorito la circolazione di numerose fake news, spesso costruite alterando, manipolando o decontestualizzando dati reali. Tra le narrazioni maggiormente diffuse possiamo trovare diverse teorie del complotto, come quella secondo cui il COVID-19 sarebbe stato creato artificialmente in laboratorio come arma biologica, tema che verrà approfondito nel corso dell'elaborato. Per contrastare questi fenomeni, sono stati avviati dei costanti monitoraggi delle

informazioni circolanti sul web, intervenendo al fine di smentire le notizie prive di fondamento scientifico e promuovere la diffusione di informazioni corrette e basate sulle evidenze disponibili. Nel suo complesso l'esperienza della pandemia ha evidenziato come la gestione di un'emergenza sanitaria non dipenda esclusivamente dal controllo della diffusione dell'agente patogeno, ma anche della qualità della comunicazione. Contrastare la disinformazione, promuovere un'informazione scientificamente corretta e rafforzare l'alfabetizzazione sanitaria della popolazione rappresentano oggi elementi fondamentali per migliorare la risposta alle future esigenze di sanità pubblica.

Il concetto appena citato di 'infodemia' ricopre un ruolo fondamentale nell'analisi del fenomeno delle fake news, perciò risulta necessario approfondire il suo significato e la sua evoluzione storica. L'infodemiologia rappresenta un approccio innovativo nell'ambito dell'informatica sanitaria, che sfrutta i dati provenienti dal web per analizzare, rilevare e prevedere malattie, epidemie e comportamenti legati alla salute. Questo concetto è stato introdotto da Gunther Eysenbach nel 2002 e successivamente questo campo di ricerca si è sviluppato notevolmente nell'ultimo decennio, diventando parte integrale della ricerca in sanità pubblica (Mavragani, Amaryllis, 2020).

Questa nuova disciplina di ricerca viene definita come lo studio della distribuzione e delle determinanti della disinformazione all'interno dell'ambito sanitario. L'obiettivo principale di questa disciplina è comprendere come le informazioni circolino all'interno dell'ambiente digitale, individuando le differenze tra le migliori evidenze scientifiche disponibili e le conoscenze o i comportamenti adottati dalla popolazione. In contemporanea, un altro sub-obiettivo della disciplina consiste nell'identificare gli indicatori utili a riconoscere le fonti informative di maggiore qualità, in modo tale da orientare sia i professionisti sanitari, sia i cittadini, verso contenuti affidabili. All'inizio gli studi erano di matrice puramente descrittiva, e avevano il semplice scopo di valutare la percentuale di siti web contenenti informazioni inesatte, incomplete o non aggiornate. Questo primo approccio è stato in grado di contribuire ad evidenziare i principali ambiti in cui la disinformazione risulta maggiormente diffusa. In questo modo è possibile individuare i settori caratterizzati dalla presenza di contenuti ingannevoli, informazioni contrastanti o messaggi influenzati da interessi commerciali. Tuttavia, i soli studi descrittivi non consentono di comprendere quali caratteristiche di un sito web siano effettivamente associate alla qualità delle informazioni offerte e neppure se queste caratteristiche risultino effettivamente utili per gli utenti. È alla luce di queste mancanze che si è progressivamente affermato l'utilizzo di studi di matrice analitica, basati su metodologie

statistiche, le quali permettono di esaminare le relazioni tra differenti indicatori di qualità e le caratteristiche delle risorse informative disponibili online (Eysenbach, Gunther, 2002).

Sebbene la disinformazione sanitaria esista da sempre, Calleja, Neville, et al. (2021) hanno evidenziato come l'attuale ecosistema informativo presenti caratteristiche inedite: i messaggi polarizzati si diffondono più rapidamente di quelli fattuali, mentre i bot e gli account automatizzati manipolano i risultati di ricerca e petizioni online; i modelli di business delle piattaforme social permettono di raggiungere utenti specifici, creando delle bolle informative personalizzate; le redazioni televisive e radiofoniche amplificano spesso i contenuti di bassa qualità originati online; infine, l'indebolimento dei media locali lascia spazio a disinformazione e misinformazione. Questi elementi evidenziano come la disinformazione sanitaria non sia soltanto il risultato della diffusione di contenuti falsi, ma anche una conseguenza delle dinamiche strutturali dell'attuale ecosistema digitale, che ne facilitano la circolazione, l'amplificazione e la persistenza.

Rispetto ad una sorveglianza ed analisi di tipo più tradizionale, l'infodemiologia presenta una serie di vantaggi, a partire da una sostanziale tempestività: i dati web consentono il cosiddetto *nowcasting*, ovvero la stima in tempo reale dell'andamento epidemiologico, impossibile con metodi tradizionali che richiedono un arco temporale molto più lungo, mesi o anni, per la raccolta ed analisi dei dati necessari. Inoltre, le ricerche online e molte interazioni sui social media sono anonime, riducendo il bias di desiderabilità sociale[9] su temi stigmatizzati. Altro elemento vantaggioso è riconducibile all'ampiezza del campione, in quanto è possibile accedere a popolazioni molto più vaste rispetto ai campioni limitati di interviste e questionari. Infine, è necessario porre l'attenzione alla questione relativa ai costi, infatti l'estrazione di dati pubblici richiede risorse inferiori rispetto alle indagini sul campo. Oltre a tutti i vantaggi appena discussi è necessario effettuare un'analisi dei limiti e delle criticità che vengono riscontrati tramite un'analisi infodemiologica. Per prima cosa è bene sottolineare come non tutti gli utenti di internet siano rappresentativi della popolazione generale, infatti esistono divari demografici nell'accesso e nell'uso delle piattaforme. È importante prestare attenzione alla sensibilità agli eventi esterni, in quanto picchi di ricerche possono riflettere una copertura mediatica piuttosto che la reale incidenza sulle malattie. Inoltre risulta necessario utilizzare metodologie rigorose in quanto la scelta dei termini di ricerca influenza profondamente i risultati. Infine possiamo

[9] Bias della desiderabilità sociale: distorsione cognitiva che si verifica quando gli individui tendono a fornire risposte o a manifestare comportamenti ritenuti socialmente accettabili o positivamente valutati, piuttosto che esprimere le proprie opinioni o comportamenti reali. Nell'ambito della ricerca sulle fake news, tale bias può influenzare le risposte degli individui riguardo la loro esposizione, condivisione o capacità di riconoscere contenuti falsi, portandoli a presentarsi in modo più conforme alle aspettative sociali.

riscontrare un elemento di debolezza che deriva dalla frammentazione delle fonti, in quanto nessun motore di ricerca o social media cattura l'intero panorama delle query[10] dell'utente (Magarani, Amaryllis, 2020). Una delle principali sfide dell'infodemiologia consiste nell'individuare criteri di qualità realmente validi, ovvero delle caratteristiche capaci di prevedere l'affidabilità delle informazioni che vengono pubblicate online. Indirettamente viene analizzata anche l'efficacia delle informazioni nel migliorare le conoscenze degli utenti, favorire comportamenti salutari o produrre effetti positivi sugli esiti di salute. La valutazione di queste relazioni tuttavia diventa complessa, in quanto l'impatto che viene esercitato su un singolo sito web sullo stato di salute di una persona è generalmente limitato e difficilmente misurabile. Gli utenti consultano abitualmente numerose fonti informative e gli eventuali benefici derivanti dall'acquisizione di nuove conoscenze possono manifestarsi solamente nel lungo periodo. Negli ultimi anni l'emergenza sanitaria causata dalla diffusione del COVID-19 ha determinato un notevole incremento dell'interesse scientifico verso le discipline dall'infodemiologia e dell'infoveglianza, considerate strumenti fondamentali per comprendere la diffusione delle informazioni sanitarie e il comportamento della popolazione nell'ambiente digitale. Per infoveglianza (*infosurveillance*), termine introdotto sempre da Eysenbach (2002), intendiamo l'applicazione pratica della scienza dell'infodemiologia, ovvero il monitoraggio in tempo reale dei flussi informativi per intercettare epidemie o smentire fake news. È proprio in questo delicato contesto pandemico che si inserisce il concetto di epidemiologia digitale, ovvero la disciplina che utilizza dati generati dalle tecnologie digitali per monitorare fenomeni sanitari e comprendere l'andamento delle malattie nella popolazione (Springer, Steffen, Michael Zieger & Artur Strzelecki, 2021). Negli ultimi anni Google Trends si è affermato come uno degli strumenti maggiormente impiegati nella ricerca epidemiologica digitale. La piattaforma mette a disposizione dati aggregati relativi alle ricerche effettuate dagli utenti sul motore di ricerca Google, esprimendoli come volumi di ricerca relativi e consentendo confronti nel tempo e tra differenti aree geografiche. Grazie alle caratteristiche appena citate, Google Trends rappresenta una fonte particolarmente utile per valutare l'interesse della popolazione nei confronti di specifici argomenti sanitari e per monitorare l'evoluzione nel corso del tempo. Prima della pandemia di COVID-19, invece, Google Trends veniva utilizzato soprattutto per analizzare fenomeni stagionali oppure per monitorare l'interesse verso specifiche condizioni cliniche. In

[10] Query: termine utilizzato per indicare una richiesta di informazioni formulata da un utente attraverso un motore di ricerca o una piattaforma digitale. Nel contesto dell'analisi delle fake news, una query rappresenta l'insieme di parole chiave inserite per cercare, verificare o analizzare contenuti informativi presenti online, consentendo di individuare fenomeni di disinformazione, narrazioni fuorvianti o fonti potenzialmente inaffidabili.

riferimento alla relazione appena citata tra COVID-19 ed infodemiologia sono stati effettuati diversi studi, di particolare interesse risulta quello effettuato dagli autori Springer, Steffen, Michael Zieger e Artur Strzelecki nel 2021. Per dimostrare il legame tra la pandemia di COVID-19 e lo sviluppo dell'infodemiologia, gli autori hanno analizzato l'andamento della produzione scientifica e dell'interesse della popolazione verso le informazioni sanitarie, nel periodo compreso tra Gennaio 2020 e Marzo 2021. Lo studio ha confrontato il numero di pubblicazioni indicizzate in PubMed relative ad infodemiologia, infosorveglianza e Google Trends con i dati delle ricerche online ottenuti tramite Google Trends. I risultati dello studio hanno evidenziato un marcato incremento delle pubblicazioni dedicate dall'infodemiologia e all'utilizzo di Google Trends durante i primi mesi della pandemia, in parallelo con il forte aumento delle ricerche online effettuate dalla popolazione su temi legati al COVID-19. Questo andamento suggerisce che l'emergenza sanitaria abbia determinato sia una maggiore domanda di informazioni da parte dei cittadini, sia un crescente interesse della comunità scientifica verso lo studio dei comportamenti informativi attraverso gli strumenti dell'epidemiologia digitale. Gli autori concludono che la pandemia ha rappresentato un punto di svolta per l'infodemiologia, consolidando il ruolo di Google Trends e delle altre fonti digitali come strumenti complementari alla sorveglianza epidemiologica tradizionale. Sebbene siano presenti alcune limitazioni, legate principalmente alla diversa diffusione del motore di ricerca Google nei vari paesi, lo studio evidenzia come l'analisi delle ricerche online possa fornire informazioni tempestive sui bisogni informativi della popolazione e supportare la gestione delle emergenze sanitarie. L'emergenza sanitaria causata dal COVID-19 ha evidenziato l'importanza delle competenze di health literacy (HL) e digital health literacy (DHL) nella gestione delle informazioni sanitarie. La health literacy, o alfabetizzazione sanitaria, rappresenta uno degli elementi fondamentali per contrastare la disinformazione in ambito sanitario. Secondo la definizione dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, essa comprende l'insieme delle competenze necessarie per accedere alle informazioni sanitarie, comprenderle, valutarle criticamente e utilizzarle per prendere decisioni appropriate riguardo alla salute. L'alfabetizzazione sanitaria si fonda su tre dimensioni essenziali: la capacità di reperire informazioni affidabili, la comprensione corretta dei contenuti ottenuti e la possibilità di applicare tali conoscenze nella vita quotidiana. Gli individui con elevati livelli di health literacy tendono a gestire in modo più efficace la propria salute, utilizzare correttamente i servizi sanitari e ad adottare comportamenti maggiormente orientati alla prevenzione. Con la crescente digitalizzazione dell'informazione sanitaria è emerso anche il concetto di Digital health literacy, che si riferisce alla capacità di cercare, comprendere e valutare informazioni sulla salute attraverso strumenti digitali e tecnologie dell'informazione.

Questa competenza è diventata particolarmente rilevante durante la pandemia, quando gran parte delle informazioni sul COVID-19 venivano diffuse attraverso canali online (Naeem, Boulus, 2021). La digital health literacy risulta influenzata da molteplici fattori, tra cui: l'età, il livello di istruzione, le competenze digitali, lo stato di salute e la motivazione nella ricerca di informazioni. Le difficoltà risultano particolarmente evidenti nelle popolazioni vulnerabili, categoria che comprende persone anziane, individui con basso livello socioeconomico, soggetti con limitate competenze digitali o linguistiche, persone con disabilità sensoriali o cognitive, comunità geograficamente isolate e altri gruppi caratterizzati da un ridotto accesso alle tecnologie e ai servizi sanitari. Per tali popolazioni il divario digitale (*digital divide*) rappresenta un ulteriore ostacolo all'accesso a informazioni sanitarie affidabili e ai servizi di assistenza.
Secondo un'analisi svolta da Choukou et al., 2022, i bisogni delle persone vulnerabili possono essere ricondotti a tre principali dimensioni: la prima è quella dell'informazione, che riguarda la necessità di accedere ad informazioni corrette, aggiornate e facilmente comprensibili. Durante la pandemia, la quantità di contenuti disponibili sul web è aumentata in maniera esponenziale. Tuttavia, l'abbondanza di informazioni non ha sempre coinciso con una maggiore qualità o affidabilità delle stesse. Le persone con ridotte competenze digitali o sanitarie hanno incontrato maggiore difficoltà nel distinguere le fonti scientificamente attendibili dai contenuti fuorvianti, con il rischio di adottare comportamenti inappropriati per la tutela della salute. In questo contesto, la digital health literacy rappresenta uno strumento essenziale per sviluppare delle capacità critiche nella valutazione delle informazioni raccolte online. La seconda dimensione viene definita trasformativa e fa riferimento allo sviluppo delle competenze necessarie per utilizzare efficacemente le tecnologie digitali. Non è sufficiente avere accesso ad Internet o possedere uno smartphone, ma è indispensabile che gli utenti acquisiscano le abilità necessarie per utilizzare piattaforme di telemedicina, applicazioni sanitarie e servizi online, comprendendo il significato delle informazioni ricevute e applicandole nella gestione della propria salute. Questo aspetto assume particolare rilevanza nelle persone anziane, nelle quali le limitate competenze digitali, deficit cognitivi o sensoriali e la ridotta familiarità con le nuove tecnologie possono rappresentare importanti ostacoli all'accesso dei servizi sanitari digitali. Infine, la terza dimensione è quella adattiva, che riguarda la capacità dei sistemi sanitari dei cittadini di adattarsi rapidamente alle profonde trasformazioni imposte dalla pandemia. Le restrizioni legate al distanziamento sociale hanno reso necessario ripensare completamente molte modalità di assistenza, favorendo l'adozione di programmi educativi online, teleconsulti, telemonitoraggio e percorsi di supporto virtuale. Questi strumenti hanno consentito di garantire la continuità delle cure e delimitare le conseguenze dell'isolamento sociale, dimostrando come

la tecnologia possa rappresentare una valida alternativa ai tradizionali modelli assistenziali, soprattutto nelle situazioni di emergenza.

Per ridurre gli effetti delle disuguaglianze appena descritte, durante il periodo della pandemia sono stati sviluppati numerosi strumenti digitali, tra cui programmi di educazione sanitaria online, piattaforme informative, sistemi di telemedicina ed interventi di formazione digitale. L'obiettivo della messa in atto di queste iniziative è favorire la maggiore inclusione e migliorare la capacità delle persone vulnerabili di gestire la propria salute. Inoltre è importante sottolineare la necessità che le istituzioni sanitarie e i governi promuovano programmi strutturati di alfabetizzazione digitale ed investano nello sviluppo di tecnologie accessibili, così da ridurre il divario digitale e favorire un utilizzo consapevole delle risorse disponibili. Nelle varie aree geografiche abbiamo assistito a diverse modalità e strategie sviluppate per sostenere la digital health literacy durante la pandemia. Negli Stati Uniti è stato messo in atto un programma di educazione prenatale completamente virtuale. Questo integrava videolezioni, incontri interattivi, visite virtuali dell'ospedale, supporto tramite posta elettronica, gruppi facebook e linee telefoniche dedicate all'allattamento. La modalità appena descritta ha consentito di mantenere la continuità dell'assistenza educativa nonostante la sospensione degli incontri in presenza ed ha registrato un incremento della partecipazione rispetto al periodo precedente alla pandemia. In Italia, invece, l'attenzione si è concentrata sull'impiego della telemedicina, della teleassistenza e delle tecnologie di monitoraggio da remoto per gli anziani. Questi strumenti hanno consentito di mantenere un contatto costante con gli operatori sanitari, favorendo una gestione più autonoma della salute e permettendo un intervento tempestivo in caso di necessità. La messa in atto degli interventi di digital health literacy è risultata influenzata da vari fattori: tra gli elementi facilitanti emerge la possibilità di mantenere il contatto tra cittadini e professionisti sanitari nonostante le restrizioni imposte dalla pandemia. La presenza di educatori, infermieri e medici disponibili attraverso piattaforme digitali ha contribuito a ridurre l'ansia degli utenti, migliorando il senso di sicurezza e favorendo una maggiore partecipazione ai percorsi educativi. Inoltre, la disponibilità di materiali chiari, facilmente comprensibili e basati sulle evidenze scientifiche ha incrementato la fiducia nei confronti dei servizi digitali e favorito il coinvolgimento attivo delle persone nella gestione della loro salute. Tra le principali criticità sono emerse invece la ridotta alfabetizzazione sanitaria, la scarsa competenza digitale e la difficoltà nel distinguere le informazioni affidabili dai contenuti diffusi attraverso fonti non ufficiali. L'intero quadro teorico appena descritto ci aiuta a comprendere la portata, in termini di cambiamenti in ambito sanitario, che ha portato con sé la crisi pandemica. Mettere in atto strategie che agevolino le persone è stata una vera e propria necessità che è insorta fin dalle

prime settimane. La pandemia da COVID-19 ha rappresentato molto più di una semplice emergenza sanitaria, per milioni di persone nel mondo ha significato confrontarsi improvvisamente con una realtà caratterizzata da paura, incertezza e cambiamenti profondi nelle abitudini quotidiane. È proprio in questo contesto che l'informazione ha assunto un ruolo centrale. Conoscere il virus, comprenderne i rischi e seguire le indicazioni delle autorità sanitarie era fondamentale per proteggere se stessi e gli altri. Tuttavia, la stessa rapidità con cui le informazioni venivano prodotte e diffuse ha generato una situazione senza precedenti, nella quale orientarsi è risultato spesso difficile anche per cittadini particolarmente attenti e informati. L'esperienza della pandemia ha dimostrato come l'accesso alle informazioni non coincida necessariamente con una maggiore conoscenza. Al contrario, l'eccessiva esposizione a notizie, opinioni contrastanti, contenuti sensazionalistici e fake news ha spesso contribuito ad aumentare il senso di smarrimento delle persone. Molte di queste si sono trovate a consultare continuamente siti web, social network e programmi televisivi alla ricerca di risposte immediate a domande legittime riguardanti la propria salute e quella dei propri familiari. È proprio in questo difficile e delicato contesto che sono nate e si sono diffuse le principali fake news riguardanti il virus.

2.2 Principali fake-news nate durante la crisi pandemica

Le teorie del complotto rappresentano spiegazioni alternative degli eventi basate sull'idea che gruppi ristretti di individui agiscano segretamente con l'obiettivo di perseguire interessi nascosti o dannosi per la comunità. In passato queste convinzioni erano considerate fenomeni marginali o associati a forme di pensiero paranoico, mentre invece numerose ricerche, ad oggi, hanno dimostrato che una parte consistente della popolazione tende ad attribuire credibilità a questo tipo di narrazioni, soprattutto nei periodi caratterizzati da una forte incertezza sociale e politica. La pandemia di COVID-19 ha costituito un terreno particolarmente favorevole alla diffusione delle teorie complottiste (Tsamakis et al., 2022). Ritengo fondamentale passarle in rassegna ed analizzarle in maniera più specifica ed approfondita. Una delle principali e maggiormente diffuse riguarda la teoria complottista secondo la quale il virus sia stato creato in un laboratorio come una vera e propria arma biologica, definita *lab-leak hypothesis.* Questa teoria sostiene che il virus non avesse una natura zoonotica, di trasmissione dagli animali agli esseri umani, ma bensì che il virus fosse stato deliberatamente creato e diffuso come arma biologica da un laboratorio cinese nella città di Wuhan. Nonostante non ci fossero evidenze scientifiche a sostegno, la fake news ha generato molto scalpore anche a causa del ruolo svolto,

negli Stati Uniti, da alcuni esponenti dell'amministrazione Trump, tra cui il presidente Trump e il segretario di Stato Mike Pompeo, i quali sostennero pubblicamente che il virus potesse provenire da un laboratorio cinese. Ben presto l'interpretazione di figure come Steven Bannon, che sostenevano l'ipotesi dell'arma biologica, seppur priva di evidenze scientifiche, contribuì a far coincidere nell'opinione pubblica l'ipotesi della fuga accidentale con vere e proprie teorie cospirazioniste. Tra le motivazioni alla base della fake news, viene sostenuto il fatto che, a distanza di tempo dall'inizio della pandemia, non sia ancora stato individuato con certezza l'animale che la avrebbe causata. Inoltre viene sottolineata la coincidenza geografica tra il primo focolaio epidemico e la presenza a Wuhan di un importante istituto specializzato nello studio del coronavirus. Nonostante questa narrazione abbia ottenuto un'ampia diffusione a livello globale, ad oggi non esistono evidenze scientifiche che dimostrino che il SARS-CoV-2 sia stato progettato intenzionalmente o diffuso come arma biologica. L'origine del virus è ancora oggetto di studio, ma le analisi genomiche disponibili risultano maggiormente compatibili con un'origine naturale e non hanno evidenziato segni di manipolazione artificiale. Questo caso rappresenta uno degli esempi più significativi di come, durante un'emergenza sanitaria, la mancanza di certezze possa favorire la nascita e la diffusione di fake news e narrazioni complottistiche, evidenziando l'importanza di una comunicazione scientifica trasparente, rigorosa e basata sulle evidenze (Baker, Nicholson 2021; Maxmen & Mallapaty, 2021).

Un'ulteriore teoria complottista decisamente accreditata ha origine con la diffusione, il 4 Maggio 2020, del documentario intitolato *Plandemic*. Il produttore Mike Willis, ha reso disponibile e fruibile il documentario della durata di circa ventisei minuti, attraverso Twitter, Youtube ed altre piattaforme social. Il filmato è stato costruito principalmente sotto forma di un'intervista alla ricercatrice Judy Mikovits, nella quale presenta la pandemia non come una crisi sanitaria naturale, ma come il risultato di un piano deliberatamente organizzato dai governi, dalle istituzioni scientifiche e dalle industrie farmaceutiche. Secondo questa narrazione il virus sarebbe stato creato o diffuso intenzionalmente per favorire interessi economici e politici, mentre le misure adottate per contenere la diffusione, come i lockdown, l'obbligo di indossare le mascherine e le campagne vaccinali, verrebbero descritte come strumenti di controllo della popolazione piuttosto che come interventi di salute pubblica. Il documentario sostiene inoltre che scienziati, autorità sanitarie e mezzi di comunicazione abbiano deliberatamente nascosto la verità, censurando chi cercava di denunciare il presunto complotto. Il documentario tuttavia, non ha creato ex novo la teoria complottista sulla pandemia, ma ha sfruttato una narrazione già presente sui social media, contribuendo ad ampliarne la visibilità e

a riorganizzare i contenuti. Secondo gli studiosi Nazar e Pieters (2021), il documentario non rappresentava semplicemente un contenuto contenente informazioni false, ma una vera e propria campagna di disinformazione progettata strategicamente con l'obiettivo di screditare la comunità scientifica, diffondere teorie del complotto e ridurre la fiducia della popolazione nei confronti delle misure di sanità pubblica. Inoltre gli autori sostengono che il documentario utilizzi una strategia comunicativa particolarmente sofisticata: le informazioni false vengono presentate attraverso un linguaggio apparentemente oggettivo e autorevole, accompagnato da citazioni decontestualizzate di medici e ricercatori, dalla partecipazione di noti esponenti del mondo complottista e da una narrazione costruita secondo modalità simili a quelle dei documentari professionali. Questa particolare impostazione rende il messaggio più credibile agli occhi del pubblico e contribuisce ad aumentare la fiducia nei contenuti proposti. Il documentario sfruttava le convinzioni preesistenti appena citate e il malcontento verso le misure di contenimento della pandemia al fine di indirizzare gli spettatori verso posizioni contrarie ai vaccini. Inoltre veniva sostenuto, senza prove, l'esistenza di una rete di corruzione che avrebbe coinvolto importanti figure della sanità pubblica, rappresentanti politici e membri delle élite economiche internazionali. Il documentario ha contribuito a trasformare il dibattito sanitario in una discussione fortemente politicizzata, spostando l'attenzione dagli aspetti scientifici della pandemia verso il confronto ideologico e l'individuazione di presunti responsabili. A causa della presenza di informazioni false e in contrasto con le indicazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, Plandemic è stato è stato rimosso da YouTube il 7 maggio 2020. Successivamente anche le principali piattaforme social hanno limitato o bloccato la sua diffusione. Una seconda parte del documentario è stata pubblicata nell'agosto dello stesso anno, ma non ha ottenuto un impatto paragonabile alla prima parte, probabilmente grazie all'implementazione di interventi preventivi adottati dalle piattaforme digitali (Kearney et al., 2020). Uno degli elementi più innovativi che deriva da questa teoria del complotto riguarda la strategia di distribuzione adottata: il produttore del video non si è limitato a diffonderlo, ma ha invitato esplicitamente gli utenti a scaricarlo, copiarlo e condividerlo in modo autonomo su numerose piattaforme digitali. Questa modalità ha trasformato migliaia di utenti in promotori attivi della campagna, contribuendo alla creazione di una rete decentralizzata composta da numerose piccole comunità altamente interessate. Alla luce dei numerosi studi che sono stati condotti sul fenomeno di questa fake news si è evidenziata la necessità di considerare campagne come Plandemic non come semplici episodi di diffusione delle fake news, ma come vere e proprie operazioni di ingegneria sociale progettate per modificare il comportamento collettivo attraverso l'utilizzo strategico dei social media. Risulta fondamentale implementare sistemi di

monitoraggio continuo delle piattaforme digitali, capaci di individuare precocemente la comparsa di nuove narrazioni complottiste e di analizzarne la diffusione.

Tra le numerose teorie del complotto nate durante il primo anno dalla diffusione dell'epidemia, una delle più conosciute ed accreditate vedeva come protagonista Bill Gates, fondatore di Microsoft e promotore di importanti iniziative filantropiche nel settore sanitario. Come viene evidenziato dalla revisione sistematica di Tsamakis et al. (2020), questa teoria del complotto sosteneva che Gates avesse deliberatamente favorito la diffusione del COVID-19 per trarre profitto dalla successiva commercializzazione dei vaccini, oppure per promuovere una campagna vaccinale globale finalizzata all'implementazione di un sistema di sorveglianza della popolazione. Una delle varianti più note della teoria sosteneva che i vaccini anti-COVID contenessero microchip in grado di monitorare gli individui, raccogliere dati personali o controllarne il comportamento. Georgiou et al. (2020) spiegano come la teoria del microchip non sia nata da una dichiarazione esplicita di Bill Gates, ma da una errata interpretazione di alcune sue affermazioni riguardanti l'utilizzo di certificati digitali per monitorare lo stato sanitario delle persone durante la pandemia. A questa interpretazione venne successivamente associata una ricerca finanziata da Bill & Melinda Gates Foundation relativa a marcatori cutanei temporanei impiegati in ambito diagnostico. La combinazione e la distorsione di queste due informazioni portarono alla diffusione dell'idea, priva di fondamento, secondo cui Gates avesse intenzione di impiantare microchip attraverso i vaccini. Inoltre, un ulteriore filone della disinformazione attribuiva a Bill Gates la volontà di utilizzare la campagna vaccinale come strumento per ridurre la popolazione mondiale o per promuovere un presunto "nuovo ordine mondiale" (Islam, Saiful et al., 2021). Gli studi condotti in merito dimostrano come queste convinzioni non fossero episodi isolati, ma presenti in tanti paesi a livello globale. Circa un quinto dei partecipanti riteneva plausibile l'idea che Bill Gates avesse creato il virus con l'obiettivo di ridurre la popolazione mondiale, mentre altre indagini hanno evidenziato una consistente adesione alla convinzione che i vaccini servissero, come già citato, ad impiantare microchip nei vaccinati. La popolarità di queste teorie non può essere spiegata solamente dalla mancanza di informazioni scientifiche. Una maggiore adesione alle teorie complottiste è associata a fattori come una ridotta fiducia nella scienza e nelle istituzioni, un minore livello di istruzione, una maggiore esposizione ai social media come fonte principale di informazione, orientamenti politici più conservatori ed una generale predisposizione ad interpretare gli eventi attraverso una visione cospirazionista. Anche variabili psicologiche, come l'intolleranza verso l'incertezza, emozioni negative, pessimismo e tendenza ad attribuire responsabilità a soggetti esterni, sembrano favorire l'accettazione di queste convinzioni. Infine, gli studi dimostrano che

coloro che aderiscono alla teoria su Bill Gates raramente credono solo a quella; viene evidenziata una forte correlazione tra l'accettazione delle teorie complottiste sul COVID-19 ed una più generale predisposizione a credere ad altre teorie del complotto esistenti.

Rimanendo nell'ambito che coinvolge la figura di Bill Gates, esistono numerose altre fake news circolate nell'ambito della questione vaccinale. Le false informazioni e le teorie del complotto sono infatti alcuni dei fattori principali che alimentano il fenomeno dell'esitazione vaccinale. Accanto a contenuti provenienti da fonti ufficiali, istituzionali e scientifiche, gli utenti del web sono esposti molto di frequente a voci infondate, interpretazioni errate e narrazioni complottiste che possono compromettere la percezione del rischio e ridurre la propensione ad aderire alle campagne vaccinali. Queste tipologie di fenomeni tuttavia non sono nuove, anche in passato le campagne di disinformazione sui vaccini hanno provocato una diminuzione delle coperture vaccinali, come dimostrato dal boicottaggio della vaccinazione antipolio in alcuni paesi africani e asiatici, dove false credenze sull'infertilità attribuita ai vaccini contribuirono alla ricomparsa della malattia. Dal punto di vista geografico il maggior numero di contenuti è stato rilevato negli Stati Uniti, seguiti da India e Brasile, mentre il continente africano ha registrato una diffusione sensibilmente inferiore. Per quanto riguarda i canali di diffusione, facebook è risultato il principale veicolo della disinformazione vaccinale, seguito da Twitter. L'andamento temporale della disinformazione si è strutturato in tre ondate: la prima si è sviluppata nei primi mesi della pandemia, tra febbraio e maggio 2020; la seconda, più intensa, tra giugno e settembre 2020; infine, la terza fase si è verificata tra ottobre e novembre 2020. Si è osservato che i picchi di disinformazione coincidono con i periodi di maggiore interesse pubblico verso i vaccini, come dimostrato anche dall'aumento delle ricerche effettuate su Google. L'analisi dei contenuti ha mostrato che la maggior parte delle fake news riguardava lo sviluppo dei vaccini, le sperimentazioni cliniche, la loro disponibilità e le modalità di distribuzione. Un'altra parte consistente delle informazioni false era invece incentrata sui presunti effetti negativi dei vaccini sulla salute, mentre una quota minore riguardava la sicurezza, l'efficacia, l'accettazione vaccinale e numerosi altri argomenti collegati alla pandemia. Entrando nello specifico delle teorie complottiste, la revisione sistematica di Islam et al. (2021) ci descrive dettagliatamente le più accreditate in ambito vaccinale. Numerosi contenuti sostenevano, senza alcun fondamento, che alcuni paesi fossero stati utilizzati come 'cavie umane' per testare i vaccini, oppure che le case farmaceutiche avessero deliberatamente evitato alcune fasi essenziali della sperimentazione chimica per accelerarne la commercializzazione. Altre fake news affermavano che determinati vaccini fossero stati approvati senza adeguate misure e verifiche di sicurezza o che, sempre le case farmaceutiche, si rifiutassero di risarcire eventuali danni provocati durante

gli studi clinici. Queste notizie non fecero altro che alimentare la convinzione che i vaccini fossero stati immessi sul mercato senza sufficienti garanzie scientifiche. Una delle categorie di disinformazione più diffuse riguardava le presunte conseguenze negative della vaccinazione sulla salute delle persone, tra le narrazioni più ricorrenti vi era la convinzione che i vaccini a mRNA fossero in grado di modificare il patrimonio genetico umano. Secondo questa teoria, l'RNA messaggero contenuto nei vaccini avrebbe alterato il DNA delle persone vaccinate, trasformandole in organismi geneticamente modificati. A sostegno di questa falsa convinzione circolavano anche presunte dichiarazioni attribuite a medici ed esperti secondo cui il vaccino avrebbe modificato i geni, provocato tumori oppure compromesso in modo permanente la fertilità sia maschile sia femminile. Un'altra serie di contenuti associava la vaccinazione a gravi eventi avversi e numerosi decessi. Sui social media vennero diffuse notizie prive di fondamento riguardanti i volontari morti durante le sperimentazioni cliniche, bambini deceduti dopo la vaccinazione e persone colpite da gravi reazioni allergiche attribuite ai vaccini contro il COVID-19. Alcuni messaggi sostenevano persino che la figlia del presidente russo Vladimir Putin fosse deceduta dopo aver ricevuto una dose di vaccino sperimentale, mentre altri affermavano falsamente che migliaia di persone sarebbero morte in seguito alla vaccinazione. L'analisi svolta dagli autori inoltre indaga la diffusione di contenuti che mettevano in dubbio la sicurezza e l'efficacia dei vaccini anti- COVID-19. Alcune informazioni sostenevano che il vaccino fosse inutile perché la probabilità di sopravvivere all'infezione fosse già molto alta, mentre altre affermavano che l'Organizzazione Mondiale della Sanità avesse ammesso l'inefficacia dei vaccini o che questi provocassero effetti collaterali estremamente frequenti e gravi. Un ulteriore filone di disinformazione riguardava la composizione dei vaccini. In particolare veniva sostenuto che fossero prodotti utilizzando cellule provenienti da feti abortiti oppure che contenessero geni di animali, come maiali o scimmie. Altre fake news affermavano invece che nei vaccini fosse presente alluminio in quantità tali da provocare malattie neurodegenerative, come il morbo di Alzheimer. Tali affermazioni, prive di fondamento scientifico, suscitarono particolare preoccupazione anche in alcune comunità religiose, contribuendo ad alimentare i dubbi sulla liceità morale e religiosa della vaccinazione. Tra le numerose teorie complottiste analizzate dagli autori una delle più diffuse sosteneva che la vaccinazione contro il COVID-19 non fosse finalizzata esclusivamente alla prevenzione della malattia, ma costituisse parte di un più ampio progetto di sorveglianza globale e di controllo della popolazione. Secondo questa visione il vaccino avrebbe rappresentato uno strumento attraverso il quale governi, grandi aziende tecnologiche o altre élite internazionali avrebbero potuto monitorare e influenzare il comportamento delle persone. La teoria affermava, in

particolare, che all'interno del vaccino fossero presenti microchip o nano chip capaci di raccogliere dati biometrici relativi agli individui vaccinati. Tali dispositivi, secondo i sostenitori della teoria, sarebbero stati collegati alle reti di telecomunicazione di quinta generazione (5G), attraverso le quali sarebbe stato possibile trasmettere segnali ai microchip e controllare la popolazione su larga scala. Un'altra variante della stessa teoria sosteneva che la vaccinazione fosse funzionale all'introduzione di un sistema d'identità digitale universale, destinato a registrare e monitorare costantemente ogni cittadino. In alcuni contenuti diffusi online si affermava che il vaccino avrebbe sincronizzato ogni individuo con un'identità digitale collegata ai registri civili, consentendo un controllo continuo delle informazioni personali e degli spostamenti. Gli autori individuano un insieme di narrazioni che attribuivano ai vaccini presunti interessi politici ed economici. Alcune fake news sostenevano che le aziende farmaceutiche avessero sviluppato il vaccino esclusivamente per incrementare i propri profitti, mentre altre affermavano che i risultati positivi delle sperimentazioni fossero stati deliberatamente ritardati o diffusi in momenti strategici per influenzare le elezioni o favorire determinati governi. In altri casi veniva sostenuto che la pandemia fosse stata organizzata con l'obiettivo di incrementare le vendite dei vaccini o di favorire l'introduzione di nuovi sistemi di controllo sociale. Queste narrazioni rafforzavano l'idea che la vaccinazione non fosse motivata da esigenze di salute pubblica, bensì da interessi economici e politici nascosti, contribuendo così ad aumentare la diffidenza nei confronti delle istituzioni sanitarie delle aziende farmaceutiche. Questa serie di informazioni false diffuse sui social media hanno alimentato la percezione che i vaccini fossero poco sicuri, sperimentali o addirittura pericolosi. Questo fenomeno ha contribuito ad aumentare il livello di esitazione vaccinale, soprattutto tra coloro che erano maggiormente esposti a contenuti disinformativi o che nutrivano una limitata fiducia nei confronti delle istituzioni sanitarie. Alcune fake news hanno assunto una particolare rilevanza all'interno di specifiche comunità culturali o religiose, dimostrando come la disinformazione possa adattarsi ai diversi contesti sociali per risultare maggiormente credibile e persuasiva. Le teorie complottiste non rappresentano soltanto un fenomeno comunicativo ma costituiscono una concreta minaccia per la salute pubblica. La credenza in queste narrazioni influenza direttamente i comportamenti delle persone, riducendo l'adesione alle misure di prevenzione raccomandate dall'autorità sanitarie.

Un'altra teoria complottista molto rilevante nell'ambito della pandemia da riguarda una particolare associazione tra il COVID-19 e la tecnologia 5G. Secondo gli autori Meese, Frith e Wilken (2020), questa teoria del complotto costituisce l'evoluzione di un insieme di timori e convinzioni già presenti da molti anni nei confronti delle reti di telecomunicazione senza fili.

Prima dell'emergenza sanitaria, infatti, alcuni gruppi di persone sostenevano che le onde elettromagnetiche emesse dalle antenne per la telefonia mobile e dalle reti Wi-fi fossero responsabili di numerosi problemi di salute, nonostante tali affermazioni non fossero supportate da alcuna evidenza scientifica. La comparsa del coronavirus ha fornito semplicemente un nuovo contesto all'interno del quale queste convinzioni hanno trovato terreno fertile per essere rielaborate e diffuse. Il dibattito sui possibili effetti nocivi delle reti mobili era già emerso negli anni Novanta e nei primi anni Duemila, quando diversi movimenti contestavano la costruzione di antenne telefoniche ed enunciavano presunti rischi legati ai campi elettromagnetici. Nel tempo questi gruppi hanno attribuito alle radiazioni non ionizzanti una lunga serie di patologie, tra cui tumori, infertilità, disturbi neurologici e altre malattie croniche, sebbene la comunità scientifica non abbia mai confermato quest'ipotesi. L'arrivo della tecnologia 5G ha semplicemente riattivato paure già consolidate, alimentando nuove proteste e campagne di opposizione. Le principali organizzazioni scientifiche internazionali hanno sempre considerato sicure le emissioni prodotte dalle reti 5G entro i limiti previsti dalle normative vigenti. Nonostante ciò, il dibattito pubblico ha continuato ad essere alimentato da gruppi contrari allo sviluppo della nuova infrastruttura, che hanno sostenuto che il 5G potesse incrementare l'esposizione alle onde elettromagnetiche e provocare conseguenze sanitarie non ancora riconosciute ufficialmente. Con l'arrivo della pandemia queste convinzioni si sono intrecciate con le paure legate al coronavirus, dando origine a nuove teorie del complotto. Gli autori distinguono in particolare due principali versioni della narrazione. La prima sosteneva che le radiazioni generate dalle reti 5G indebolissero il sistema immunitario rendendo le persone maggiormente vulnerabili all'infezione. La seconda, ancora più estrema e largamente diffusa, affermava invece che il COVID-19 non fosse causato da un virus ma fosse direttamente provocato dalle emissioni elettromagnetiche della tecnologia 5G. Secondo questa interpretazione la pandemia sarebbe stata inventata per mascherare gli effetti dannosi delle nuove reti di telecomunicazione oppure per facilitarne l'installazione senza opposizioni da parte della popolazione. Oltre a queste due appena citate nel corso della diffusione della teoria, furono elaborate ulteriori varianti ancora più fantasiose. Entrando nel vivo della teoria del complotto, durante il mese di gennaio 2020 le prime pubblicazioni provenivano principalmente da comunità già contrarie ai vaccini, alle nuove tecnologie e alla medicina convenzionale. Inizialmente tali gruppi sostenevano genericamente che il 5G fosse parte di un piano volto a danneggiare la popolazione mondiale. In secondo luogo, iniziarono ad associare queste convinzioni alle prime notizie provenienti da Wuhan, evidenziando come la città fosse una delle prime aree cinesi interessate dall'implementazione delle reti 5G. Da questo semplice

collegamento geografico prese origine la falsa convinzione secondo cui esistesse una relazione causale tra la presenza delle nuove antenne e la comparsa del coronavirus (Bruns et al., 2020). Anche gli autori Flaherty, Sturm e Farries (2022) evidenziano l'aspetto appena citato secondo il quale la teoria complottista che collega la diffusione del COVID-19 alla tecnologia 5G rappresenti uno degli esempi più significativi di come dati apparentemente oggettivi possano essere interpretati in modo scorretto per sostenere narrazioni prive di fondamento scientifico. Durante il 2020 sono stati condivisi sui social network mappe nelle quali venivano sovrapposte la distribuzione geografica dei casi di COVID-19 e quella delle antenne 5G. L'apparente somiglianza tra le due distribuzioni fu interpretata come una prova dell'esistenza di un rapporto causa-effetto, nonostante tale conclusione non fosse supportata da nessuna evidenza scientifica. Il successo di questa fake news deriva da alcuni meccanismi psicologici tipici del pensiero complottista. Le persone tendono a ricercare spiegazioni semplici per eventi molto complessi, soprattutto quando questi generano paura, incertezza e senso di impotenza. Gli autori in particolare citano il concetto di *patternicity*, ovvero la naturale tendenza dell'essere umano a riconoscere schemi e relazioni anche quando questi non esistono realmente. Questa predisposizione, se combinata con il bias di conferma, induce i soggetti a selezionare soltanto le informazioni che sono coerenti con le proprie convinzioni, ignorando invece tutti gli elementi che potrebbero smentirle. Di conseguenza, una semplice sovrapposizione geografica tra due mappe viene percepita come una dimostrazione della teoria, mentre tutte le spiegazioni alternative vengono trascurate in modo sistematico. Un ulteriore errore logico riguarda la cosiddetta *conjunction fallacy*, ossia la tendenza a ritenere che due eventi che si sono verificati nello stesso periodo debbano necessariamente essere collegati tra loro. Nel caso del COVID-19 e del 5G, il fatto che le prime installazioni della nuova rete e la diffusione della pandemia siano avvenute nello stesso arco temporale è stato interpretato come prova di una relazione causale. È bene sottolineare che la semplice contemporaneità di due fenomeni non costituisce in alcun modo una dimostrazione scientifica del fatto che uno provochi l'altro. Questa teoria è stata amplificata nel tempo anche da celebrità, personaggi dello spettacolo, sportivi e influencer che, condividendo dubbi o riferimenti al presunto collegamento tra COVID-19 e 5G, hanno contribuito in maniera inconsapevole ad aumentare la visibilità della disinformazione. Nonostante molti organi di informazione abbiano poi smentito queste informazioni, la copertura mediatica finì comunque per esporre un pubblico ancora più ampio a quelle teorie del complotto, aumentando indirettamente la loro diffusione. Uno degli aspetti più rilevanti emersi dallo studio del fenomeno che ha generato questa fake news riguarda le conseguenze concrete della disinformazione. Le credenze false sul 5G non sono rimaste confinate all'ambito digitale,

ma hanno portato ad azioni nel mondo reale. In diversi Paesi sono state organizzate delle manifestazioni contro il 5G e contro le restrizioni introdotte durante la pandemia. Durante queste manifestazioni confluirono movimenti antivaccinisti, sostenitori di teorie complottiste e gruppi contrari allo sviluppo delle nuove tecnologie. In particolare nel Regno Unito la disinformazione portò alla messa in atto di numerosi episodi vandalici, con incendi dolosi ai danni delle antenne per la telefonia mobile, aggressioni ai tecnici incaricati della manutenzione e tentativi di sabotaggio delle infrastrutture di rete.

Accanto alle numerose teorie del complotto esaminate, è importante porre attenzione al complotto più grave: il fenomeno del negazionismo. Il negazionismo rappresenta infatti un fenomeno ricorrente nelle grandi crisi globali già avvenute in passato. Mentre una parte consistente della popolazione ha aderito alle indicazioni dell'autorità sanitarie sui comportamenti da mettere in atto per proteggersi dalla pandemia, un'altra ha mostrato atteggiamenti di rifiuto o di forte scetticismo nei confronti della pandemia e delle strategie adottate per affrontarla. Il termine negazionismo non riguardava esclusivamente la convinzione che il virus non esistesse, anzi esso comprendeva un insieme eterogeneo di posizioni. Queste spaziavano dalla minimizzazione della gravità della malattia fino alla contestazione delle restrizioni governative considerate eccessive o lesive delle libertà individuali. Da questa prospettiva sono nati i movimenti contrari al lockdown, all'uso delle mascherine e, successivamente, alle vaccinazioni anti-COVID. Molti di questi gruppi erano accomunati da una forte sfiducia nei confronti delle istituzioni scientifiche e politiche. Gli oppositori delle misure preventive ritenevano che la comunità scientifica fosse influenzata da interessi economici, motivazioni politiche o strategie di controllo sociale. Questa percezione contribuiva ad alimentare una generale diffidenza verso le raccomandazioni ufficiali. È bene sottolineare che la mancata adesione alle misure di prevenzione non rappresentava soltanto una scelta individuale, ma poteva compromettere l'efficacia complessiva delle politiche sanitarie. Gli autori Jaspal & Nerlich (2023) pongono l'attenzione sull'attribuzione dell'etichetta "negazionista": attribuirla a qualcuno implica molto più che descrivere una posizione, suggerisce che quella persona rifiuti deliberatamente fatti ritenuti ormai dimostrati dalla comunità scientifica. Gli autori evidenziano inoltre come queste convinzioni fossero frequentemente accostate ad altre teorie del complotto già note prima della pandemia. Veniva infatti costruita l'immagine di un'unica comunità di persone accomunate dalla diffidenza verso la scienza ufficiale e dalla propensione ad aderire a spiegazioni alternative. Alcuni individui non negavano l'esistenza del virus, ma ritenevano che la sua gravità fosse stata deliberatamente enfatizzata dai governi e dagli organi di informazione per alimentare paura nella popolazione e

giustificare misure eccezionali. Secondo queste interpretazioni la pandemia sarebbe stata descritta in termini volutamente allarmistici, generando un clima di emergenza sproporzionato rispetto alla reale pericolosità della malattia. Uno degli aspetti più significativi emersi dall'analisi effettuata dagli autori riguarda il fatto che il negazionismo del COVID-19 venisse frequentemente presentato insieme ad altre teorie cospirazionista diffuse nello stesso periodo. Il negazionismo del COVID-19 è stato rappresentato attraverso figure pubbliche facilmente riconoscibili. Secondo la teoria delle rappresentazioni sociali che viene richiamata nello studio, questo processo prende il nome di personificazione: un fenomeno complesso viene reso più concreto attraverso l'associazione con persone note, che finiscono per incarnarne le caratteristiche principali. Nel caso del COVID-19, il negazionismo è stato frequentemente identificato con alcuni capi di Stato e personaggi pubblici già al centro di forti controversie politiche e mediatiche. La figura maggiormente associata al negazionismo è quella del presidente degli Stati Uniti Donald Trump. Inoltre la stampa ha dedicato ampio spazio anche ad attori, personaggi televisivi, influencer ed altre figure note che avevano espresso posizioni critiche nei confronti della gestione della pandemia. Un altro tema centrale dell'argomento riguarda le cosiddette *conversion stories*, ovvero i racconti di persone che inizialmente negavano o minimizzavano la pandemia e che, dopo aver contratto il COVID-19 o aver vissuto direttamente le conseguenze della malattia, modificarono radicalmente il proprio punto di vista. I racconti delle conversioni e dei decessi svolgevano una funzione comunicativa precisa: da un lato trasmettevano un messaggio di forte sostegno alle misure di prevenzione, mostrando le conseguenze della loro mancata osservanza; dall'altro, consolidavano ulteriormente la rappresentazione negativa dei cosiddetti negazionisti. In questa prospettiva il negazionismo non veniva presentato semplicemente come un'opinione diversa, ma come una posizione destinata inevitabilmente ad essere smentita dall'esperienza personale o dagli eventi. Gli ex negazionisti che cambiavano idea erano rappresentati come esempi positivi, mentre coloro che continuavano a negare la gravità della pandemia restavano associati a immagini di irresponsabilità, ostinazione e isolamento sociale.

Alla luce della rassegna di tutte le principali fake news nate durante il periodo della pandemia è bene sottolineare come il contrasto alle fake news non debba basarsi solo sulla smentita delle informazioni false, ma soprattutto sulla costruzione di una comunicazione preventiva efficace. In questa prospettiva si inserisce il concetto di *cognitive inoculation*, inoculazione cognitiva, ovvero un approccio comunicativo che ha l'obiettivo di rendere le persone più resistenti alla disinformazione attraverso la diffusione anticipata di informazioni corrette e scientificamente fondate. Secondo questa prospettiva fornire tempestivamente spiegazioni chiare, trasparenti e

facilmente comprensibili, permette di ridurre la probabilità che gli individui accettino o condividano contenuti ingannevoli. È perciò fondamentale monitorare costantemente i social media e le piattaforme digitali per individuare rapidamente le fake news emergenti e predisporre interventi comunicativi mirati prima che questi contenuti raggiungano un'ampia diffusione. Un ruolo importante è rivestito dal coinvolgimento diretto delle comunità locali. Le strategie di comunicazione dovrebbero essere sviluppate con la collaborazione di professionisti sanitari, leader religiosi, insegnanti, organizzazioni territoriali e altre figure considerate autorevoli dalla popolazione. In questo modo diventa possibile adattare i messaggi ai diversi contesti culturali e sociali, aumentando la fiducia nelle informazioni provenienti dalle istituzioni.

Sebbene le teorie complottiste nate durante la pandemia affrontassero temi differenti, esse presentavano numerosi elementi comuni. Nella maggior parte dei casi attribuivano l'origine della pandemia o lo sviluppo dei vaccini all'azione deliberata di governi, organizzazioni internazionali, aziende farmaceutiche o ristrette élite economiche, considerate responsabili di perseguire interessi politici o finanziari nascosti. Un'altra caratteristica ricorrente consisteva nella sistematica delegittimazione delle fonti istituzionali e della comunità scientifica, rappresentate come soggetti coinvolti nel presunto complotto e quindi non degni di fiducia. Questo meccanismo rendeva particolarmente difficile smentire tali convinzioni, poiché qualsiasi informazione proveniente da fonti ufficiali veniva interpretata come ulteriore prova dell'esistenza della cospirazione. In questo modo le teorie complottiste tendevano ad autoalimentarsi, costruendo sistemi di credenze difficilmente modificabili attraverso semplici smentite.

2.3 Rimedi casalinghi e automedicazione durante la pandemia da COVID-19

Durante la pandemia da COVID-19 si è assistito anche alla diffusione crescente dei cosiddetti rimedi casalinghi: preparazioni realizzate in ambito casalingo ed autonomo utilizzando ingredienti facilmente reperibili, come ad esempio erbe aromatiche, spezie, piante medicinali, miele o altri prodotti naturali. Questi rimedi venivano utilizzati senza prescrizione medica e senza supervisione di personale sanitario con gli obiettivi di alleviare i sintomi del COVID-19, prevenire il contagio e rafforzare il sistema immunitario. I rimedi casalinghi che venivano utilizzati maggiormente consistevano in miscele preparate principalmente con zenzero, aglio, limone, miele, chiodi di garofano, cannella, curcuma, coriandolo, pepe nero e semi di cumino nero. A ciascuno di questi ingredienti venivano riconosciute delle qualità benefiche e curative. Un altro dei rimedi maggiormente citati dalla review degli autori Malapena et al., 2023

consisteva in inalazioni di vapore, spesso effettuate utilizzando acqua calda da sola oppure arricchita con foglie, oli essenziali o erbe aromatiche. Nonostante l'esistenza di proprietà farmacologiche osservate in laboratorio o il loro utilizzo nella medicina tradizionale non dimostrano automaticamente l'efficacia contro il COVID-19. Queste usanze si sono riscontrate soprattutto nelle popolazioni economicamente svantaggiate o residenti in aree con limitata disponibilità di servizi sanitari e che tendono ad affidarsi con maggiore frequenza a rimedi tradizionali, facilmente reperibili e a basso costo. Inoltre, l'utilizzo di erbe medicinali e preparazioni naturali rappresenta una pratica consolidata in molte culture. In numerosi contesti questi rimedi vengono tramandati da generazioni e sono abitualmente utilizzati per trattare influenza, raffreddore, febbre ed altri disturbi respiratori. Con l'arrivo del virus molte persone hanno esteso l'uso di questi prodotti anche alla nuova malattia, ritenendo che potessero offrire benefici analoghi. Le motivazioni che vengono individuate alla base di queste credenze riguardano il desiderio di prendersi cura in modo autonomo della propria salute, la maggiore disponibilità di prodotti naturali rispetto ai farmaci convenzionali e la convinzione che ciò che è naturale sia automaticamente più sicuro. D'altro canto gli autori Ayosanni, Oluwasola, Stephen et al., 2022 osservano anche che la pandemia abbia determinato un notevole incremento delle pratiche di automedicazione, intese come l'assunzione di medicinali, integratori o altri prodotti terapeutici senza prescrizione o supervisione di un medico o di un farmacista. Questi comportamenti sono stati favoriti dall'incertezza legata alla diffusione del virus, dal timore del contagio e dal desiderio di proteggersi in modo autonomo durante un periodo caratterizzato da limitate conoscenze scientifiche sulla nuova malattia. Uno dei risultati più significativi dello studio analizzato riguarda la grande diffusione del fenomeno. La percentuale di persone che ha dichiarato di essersi automedicata varia dal 3,4% al 96,2% a seconda del paese e della popolazione esaminata. Combinando tutti i dati disponibili gli autori hanno stimato una prevalenza media del 44,9%, indicando che quasi una persona su due aveva assunto medicinali o altri prodotti per trattare o prevenire il COVID-19 in modo autonomo. Le categorie di prodotti più frequentemente utilizzati nel tentativo di prevenire l'infezione da SARS-CoV-2 erano gli antibiotici, seguiti da vitamine, farmaci antimalarici, rimedi erboristici e naturali, analgesici e antipiretici, integratori minerali, preparati per raffreddore e tosse, corticosteroidi e antivirali. Uno degli aspetti più interessanti riguarda il rapporto tra automedicazione e qualità delle informazioni disponibili. La pandemia è stata accompagnata da un'enorme quantità di informazioni, spesso contraddittorie tra loro. In questo contesto numerose persone hanno assunto medicinali o rimedi naturali sulla base di notizie diffuse attraverso internet, social media o altri canali non scientifici, piuttosto che seguendo indicazioni mediche.

La disinformazione e la ricerca incontrollata di informazioni hanno contribuito ad alimentare comportamenti di automedicazione non sempre appropriati. Questo aspetto risulta particolarmente interessante perché dimostra come la circolazione di informazioni scorrette non si sia limitata a modificare le opinioni delle persone, ma abbia inciso concretamente sulle loro decisioni in materia di salute.

2.4 Il caso Italia

L'Italia è stata uno dei paesi europei maggiormente colpiti dalla pandemia di COVID-19, sia sotto il profilo sanitario, sia per quanto riguarda le conseguenze sociali, economiche e comunicative. Proprio per questi motivi il contesto italiano è diventato oggetto di numerosi studi finalizzati a comprendere l'impatto dell'emergenza sanitaria sulla diffusione della disinformazione, sulla percezione del rischio e sull'adesione alle narrazioni complottiste da parte della popolazione (Moscadelli et al., 2020; Rovetta, 2021). L'11 Marzo 2020 l'Organizzazione Mondiale della Sanità dichiarò ufficialmente lo stato di pandemia. Sebbene il nuovo virus fosse stato inizialmente percepito da parte dell'opinione pubblica come una forma influenzale particolarmente aggressiva, la rapida crescita dei contagi e l'elevato numero di decessi mostrarono ben presto la gravità della situazione. I primi casi accertati risalgono al 30 Gennaio 2020, quando due turisti cinesi risultarono positivi al virus a Roma. Da quel momento l'attenzione mediatica verso il COVID-19 aumentò progressivamente, fino a monopolizzare gran parte dell'informazione nazionale. La pandemia ha rappresentato un evento senza precedenti per le generazioni contemporanee, mettendo in discussione convinzioni consolidate sulla capacità dei sistemi sanitari e delle istituzioni di controllare rapidamente le emergenze infettive. Governi, enti sanitari e organismi internazionali si sono trovati a gestire una situazione caratterizzata da elevata incertezza scientifica e dalla necessità di comunicare costantemente informazioni aggiornate riguardanti il rischio di contagio, le misure preventive e le restrizioni indotte per limitare la diffusione del virus. Tuttavia, la comunicazione istituzionale non sempre è riuscita a soddisfare il bisogno di chiarezza della popolazione. In diversi momenti dell'emergenza si sono verificati episodi di panico collettivo, acquisti compulsivi di beni di prima necessità e spostamenti improvvisi dalle aree sottoposte a restrizioni verso altre regioni del paese. Le crisi caratterizzate da forte incertezza, come quella in analisi, tendono a favorire la ricerca di spiegazioni da parte delle persone che siano semplici e il più possibile immediate per la comprensione di tutti. Quando invece accade che le informazioni risultano essere incomplete o contraddittorie, molte persone sviluppano la necessità di individuare delle cause

facilmente identificabili o responsabili dirette degli eventi. È proprio in presenza di circostanze come quelle che fattori come l'appartenenza etnica, la religione, la condizione economica o l'orientamento politico possono trasformarsi in elementi di divisione sociale ed alimentare dinamiche di stigmatizzazione. Parallelamente, l'assenza di risposte definitive favorisce la diffusione di interpretazioni alternative alla realtà, spesso prive di fondamento scientifico ma percepite come plausibili perchè capaci di offrire una spiegazione immediata a fenomeni complessi. Internet e le piattaforme social hanno rappresentato il principale veicolo di diffusione di queste informazioni durante la pandemia. La mancanza di sistemi di verifica sistematica delle fonti, unita alla velocità con cui i contenuti vengono condivisi online, ha favorito la circolazione simultanea di informazioni corrette e informazioni fuorvianti. Di conseguenza, gli utenti si sono trovati a dover valutare autonomamente l'affidabilità delle notizie ricevute, spesso senza possedere competenze sufficienti per distinguere fonti autorevoli da contenuti manipolati. Diversi autori evidenziano come fattori quali bias cognitivi, scarsa propensione al Fact checking, limitata alfabetizzazione digitale e ridotta health literacy abbiano contribuito in maniera significativa alla vulnerabilità della popolazione nei confronti della disinformazione sanitaria. La situazione italiana appare particolarmente rilevante sotto questo aspetto. Secondo alcune indagini citate da Moscadelli e collaboratori (2020), una parte consistente della popolazione italiana incontra difficoltà nel riconoscere informazioni false e diffusi online. Le competenze digitali e sanitarie risultano spesso insufficienti per consentire una valutazione critica delle informazioni relative alla salute. Questo contesto ha favorito la diffusione di numerosi narrazioni complottiste riguardanti il COVID-19, tra cui le ipotesi già analizzate secondo cui il virus fosse stato creato artificialmente in un laboratorio di Wuhan, la convinzione che rappresentasse un'arma biologica progettata intenzionalmente oppure la teoria secondo cui la diffusione del contagio sarebbe stata collegata allo sviluppo delle reti 5G. Analogamente, hanno ottenuto notevole visibilità contenuti che attribuivano responsabilità della pandemia a figure pubbliche o che sostenevano l'inefficacia e la pericolosità dei vaccini anti-COVID ancora prima della loro introduzione. L'adesione a tali credenze non può essere compresa senza considerare gli effetti psicologici della pandemia. Numerose ricerche hanno documentato un aumento significativo dei livelli di ansia, stress e sintomi depressivi durante il lockdown nazionale. Le restrizioni alla mobilità, l'isolamento sociale, le difficoltà economiche e la paura del contagio hanno generato un clima di forte vulnerabilità emotiva. In queste condizioni le persone risultano maggiormente predisposte ad accettare spiegazioni semplificate e rassicuranti, anche quando prive di fondamento scientifico. Inoltre, l'aumento del tempo trascorso online durante i periodi di confinamento ha incrementato l'esposizione ai contenuti

disinformativi, amplificando ulteriormente il fenomeno. Rovetta (2021) introduce il concetto di "ipotesi di complotto preesistenti", riferendosi a quelle credenze cospirazioniste già diffuse prima dell'emergenza sanitaria e non direttamente collegate al COVID-19. Secondo l'autore, tali convinzioni hanno costituito un terreno culturale favorevole all'accettazione di nuove narrazioni complottiste sviluppatesi durante la pandemia. La scelta terminologica di parlare di "ipotesi di complotto" anziché di "teorie del complotto" deriva dalla volontà di evidenziare la mancanza di basi empiriche e metodologiche necessarie per attribuire loro dignità scientifica. Attraverso l'analisi delle ricerche effettuate dagli utenti italiani su Google Trends, Rovetta (2021) ha osservato come l'identificazione del focolaio di Codogno nel febbraio 2020 abbia coinciso con un incremento improvviso e significativo dell'interesse verso contenuti riconducibili a ipotesi complottista. L'aumento non si è limitato alle settimane immediatamente successive all'inizio dell'emergenza, ma si è mantenuto nel tempo, suggerendo una modifica stabile dei comportamenti di ricerca online degli utenti italiani. Lo studio evidenzia inoltre come tale interesse sia diventato progressivamente più omogeneo tra le diverse regioni italiane, indicando una diffusione capillare del fenomeno sull'intero territorio nazionale. Parallelamente è stato registrato anche un aumento delle ricerche relative ai servizi di debunking e fact-checking, segnale della presenza di una parte della popolazione interessata a verificare l'attendibilità delle informazioni ricevute. Tuttavia, la crescita dell'interesse verso i contenuti complottisti è risultata nettamente superiore rispetto a quella osservata per le attività di verifica. Questo ha evidenziato una maggiore attrattiva esercitata dalle narrazioni cospirazioniste rispetto agli strumenti di contrasto della disinformazione. Particolarmente rilevante è stato il caso dei vaccini anti- COVID-19. Con l'avvio delle campagne vaccinali, l'attenzione degli utenti italiani si è concentrata soprattutto sui possibili effetti collaterali dei vaccini. Le ricerche relative a tali aspetti hanno registrato incrementi molto elevati, superando persino l'interesse verso problematiche croniche e consolidate come l'inquinamento atmosferico e il cambiamento climatico. Secondo Rovetta (2021) questo risultato rappresenta un esempio di alterazione della percezione del rischio, in quanto la rilevanza attribuita ai possibili effetti avversi dei vaccini non rispecchiava il reale peso epidemiologico delle minacce considerate. L'analisi delle fake news specificamente collegate alla pandemia mostra inoltre che alcune narrazioni hanno raggiunto una diffusione particolarmente elevata durante la prima ondata pandemica. Tra queste figurano le teorie riguardanti l'origine artificiale del virus, la presenza di microchip nei vaccini, la relazione tra COVID-19 tecnologie 5G e l'efficacia di presunti rimedi domestici privi di validazione scientifica. L'interesse verso molte di queste informazioni successivamente è diminuito, ma alcune credenze hanno continuato a mantenere una presenza significativa nel

panorama informativo italiano, dimostrando una notevole capacità di persistenza nel tempo. Nel complesso, le evidenze disponibili suggeriscono che la pandemia abbia agito come un potente catalizzatore della disinformazione del pensiero complottista. La combinazione di emergenza sanitaria, crisi economica, isolamento sociale, paura del contagio e sovraccarico informativo ha creato le condizioni ideali per la diffusione di contenuti falsi o fuorvianti. Tali risultati sottolineano l'importanza di promuovere i programmi di alfabetizzazione digitale e sanitaria, rafforzare gli strumenti di monitoraggio delle informazioni online e sviluppare strategie di comunicazione pubblicitarie basati su trasparenza, chiarezza e rigorosa aderenza alle evidenze scientifiche. All'interno del contesto pandemico è importante inserire anche il concetto di *e-health*, inteso come l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione per promuovere la salute, facilitare l'accesso alle informazioni scientifiche e migliorare il rapporto tra cittadini e servizi sanitari. L'impiego di strumenti digitali consente di diffondere contenuti il più possibile aggiornati e comprensibili ad un maggior numero di utenti, favorendo una maggiore consapevolezza nelle decisioni riguardanti la propria salute. Tuttavia, la stessa infrastruttura digitale può trasformarsi in un veicolo di informazioni scorrette o fuorvianti, contribuendo alla diffusione di disinformazione e alla formazione di convinzioni non supportate da evidenze scientifiche. Durante la pandemia, la presenza di notizie contrastanti sulla diffusione del virus, sulle gravità dell'infezione e sull'efficacia dei vaccini ha reso particolarmente complessa la ricerca di fonti affidabili. Si è generato un ambiente informativo caratterizzato da elevata incertezza a causa della continua esposizione ai contenuti media, associata alle differenti interpretazioni proposte dei mezzi di comunicazione e dagli utenti online. All'interno di questo scenario la comunicazione digitale sanitaria assume un ruolo strategico nel contrastare l'esitazione vaccinale, un fenomeno che consiste nel ritardo nel rifiuto della vaccinazione nonostante la disponibilità dei servizi vaccinali. Numerosi studi hanno infatti dimostrato come le decisioni individuali in materia di salute siano fortemente influenzate da informazioni consultate online. La diffusione di contenuti scientificamente validati attraverso canali istituzionali rappresenta infatti uno strumento fondamentale per promuovere comportamenti consapevoli e sostenere l'adesione ai programmi vaccinali. Proprio per rispondere alla crescente diffusione di fake news sui vaccini, già nel 2013 la Società Italiana di Igiene, Medicina Preventiva e Sanità Pubblica ha promosso la realizzazione del portale nazionale *VaccinarSì*. L'obiettivo della creazione del portale era quello di fornire informazioni scientificamente fondate sia alla popolazione generale sia agli operatori sanitari. I portali del network affrontano numerose tematiche legate alle vaccinazioni, tra cui la descrizione delle principali malattie prevenibili, le caratteristiche dei vaccini disponibili, l'analisi dei benefici e

dei possibili rischi associati alla vaccinazione, il contrasto alle fake news e la promozione di comportamenti preventivi. Una particolare attenzione è dedicata alla confutazione delle principali fake news diffuse dai movimenti antivaccinisti, attraverso la presentazione di evidenze scientifiche aggiornate e verificabili. L'analisi delle attività del network ha evidenziato un significativo aumento dell'interesse degli utenti durante il periodo pandemico, infatti, confrontando i dati precedenti al COVID-19 con quelli raccolti durante l'emergenza sanitaria, è emerso una crescita sostanziale del numero di utenti, delle visite e delle pagine consultate nei portali regionali della rete. In alcune particolari aree territoriali gli accessi sono addirittura triplicati, ciò indica una crescente domanda di informazioni affidabili relative alle vaccinazioni e alla prevenzione delle malattie infettive. Secondo i dati elaborati dallo studio di Arghittu et al., 2021, la maggior parte degli utenti ha raggiunto i siti web attraverso ricerche effettuate sui motori di ricerca. Questo incremento del traffico organico suggerisce che i cittadini abbiano utilizzato il network come fonte primaria di informazione sanitaria, privilegiando canali istituzionali rispetto ai contenuti reperiti online tramite social media o siti non specializzati. Allo stesso tempo, è stata osservata una riduzione degli accessi provenienti da collegamenti esterni e piattaforme social, fenomeno che conferma il ruolo crescente dei portali come punti di riferimento autonomi per la ricerca di informazioni. Un ulteriore cambiamento riguarda le modalità di accesso ai contenuti. Durante la pandemia è aumentato l'utilizzo di smartphone e dispositivi mobili, mentre è diminuito il ricorso ai computer tradizionali. Questa evoluzione riflette le trasformazioni delle abitudini digitali della popolazione e sottolinea l'importanza di sviluppare strumenti informativi facilmente consultabili da dispositivi mobili. L'accesso a contenuti verificati permette infatti agli utenti di sviluppare una maggiore capacità critica nei confronti delle informazioni reperite sul web, riducendo la vulnerabilità nei confronti della disinformazione. Inoltre, la possibilità di interagire con professionisti qualificati attraverso servizi di consulenza online e sezioni dedicate alle domande frequenti, favorisce la costruzione di un approccio di fiducia tra cittadini e istituzioni sanitarie. L'esperienza del network *VaccinarSì* dimostra come la comunicazione sanitaria globale possa rappresentare una risorsa fondamentale nella gestione delle emergenze di sanità pubblica. La pandemia di COVID-19 ha evidenziato la necessità di disporre di canali istituzionali capaci di fornire informazioni affidabili, facilmente accessibili e costantemente aggiornate. Sempre facendo affidamento al caso italiano, lo studio di Rovetta e Castaldo, 2021, evidenzia come i principali mezzi di comunicazione italiani abbiano svolto un ruolo determinante nell'orientare gli interessi informativi degli utenti del web, contribuendo alla diffusione di termini sbagliati ed impropri e alimentando dinamiche di tipo infodemico. Fin

dalle prime fasi dell'emergenza il sistema mediatico italiano si è distinto per un utilizzo frequente di denominazioni non scientifiche o parzialmente scorrette per identificare il nuovo coronavirus. Mentre le fonti istituzionali e scientifiche tendevano ad utilizzare termini ufficiali e coerenti con le linee guida espresse dall'Organizzazione Mondiale della Sanità, numerosi organi di stampa e canali televisivi preferivano utilizzare espressioni più generiche o maggiormente sensazionalistiche, con l'obiettivo di attirare l'attenzione del pubblico, a discapito però dell'accuratezza dal punto di vista scientifico. Queste scelte comunicative hanno contribuito a consolidare nell'opinione pubblica un vocabolario errato ed impreciso, che però si è mantenuto il medesimo nel tempo, anche dopo l'introduzione delle denominazioni ufficiali. Uno degli aspetti più rilevanti emersi dall'analisi riguarda il processo attraverso il quale i media hanno influenzato il linguaggio usato dai cittadini per riferirsi alla pandemia. Nella fase iniziale dell'emergenza, termini come 'coronavirus' risultavano predominanti rispetto alle denominazioni scientifiche utilizzate dalla comunità medica. Il problema riguardava il fatto che il termine fosse facilmente comprensibile e riconoscibile in modo immediato dal grande pubblico, ma presentava una scarsa precisione scientifica. L'analisi delle ricerche effettuate dagli italiani su Google mostra una forte corrispondenza tra i termini utilizzati dai principali quotidiani nazionali e quella usata dagli utenti nelle loro ricerche online. Questa associazione ci fa comprendere come i media abbiano esercitato un'influenza significativa nella definizione delle categorie linguistiche attraverso le quali la popolazione ha interpretato il fenomeno pandemico. Le scelte dei termini adottati dai giornali non sono quindi limitate a descrivere la realtà, ma hanno contribuito attivamente a costruirla dal punto di vista simbolico e cognitivo. Un fenomeno particolarmente problematico è stato l'utilizzo di espressioni geograficamente o etnicamente connotate, come "virus cinese o "coronavirus cinese". Queste formulazioni sono state utilizzate con l'intento apparente di contestualizzare l'origine della pandemia, ma hanno contribuito ad alimentare stereotipi, atteggiamenti discriminatori e narrazioni complottistiche, favorendo processi di stigmatizzazione nei confronti delle comunità asiatiche. Lo studio evidenzia come l'interesse degli utenti italiani nei confronti del COVID-19 sia stato fortemente influenzato dalla copertura mediatica. Attraverso l'analisi dei dati di Google Trends, gli autori hanno osservato una stretta correlazione tra la pubblicazione di articoli giornalistici e l'andamento delle ricerche effettuate dagli utenti sul web. Gli aumenti improvvisi del volume di ricerca risultavano frequentemente associati alla diffusione di notizie ad alto impatto emotivo, ad esempio l'annuncio dei lockdown, la scoperta di nuovi focolai o le dichiarazioni di personalità pubbliche particolarmente esposte dal punto di vista mediatico. Questa relazione ci suggerisce che la domanda informativa della popolazione

italiana non fosse determinata in modo esclusivo dall'evoluzione epidemiologica della pandemia, ma fosse fortemente modellata dall'agenda mediatica. Ciò che i cittadini cercavano online era spesso il risultato diretto dell'attenzione attribuita dai mezzi di comunicazione a determinati argomenti piuttosto che una risposta spontanea all'andamento dei contagi e alla percezione personale del rischio. Influenza dei media appare particolarmente evidente durante la prima ondata pandemica, quando i picchi di interesse registrati sul web coincidevano in modo quasi sistematico con eventi media di grande rilevanza: le ricerche online tendevano infatti ad aumentare immediatamente dopo la pubblicazione di notizie particolarmente enfatizzate o dopo la diffusione di dichiarazioni provenienti da figure pubbliche e istituzionali. Un elemento centrale riguarda il modo in cui alcune dichiarazioni prive di fondamento scientifico abbiano acquisito una rilevanza pubblica grazie all'amplificazione operata dai media. Nel corso della pandemia infatti, diverse figure pubbliche tra cui politici, commentatori e alcuni professionisti della salute, hanno diffuso affermazioni che minimizzavano il rischio associato al COVID-19 oppure sostenevano interpretazioni complottiste riguardo l'origine del virus e alle misure di contenimento adottate dai governi. L'analisi delle ricerche online dimostra che queste dichiarazioni producevano spesso incrementi immediati dell'interesse degli utenti verso specifiche narrazioni infodemiche. Ogni volta che una teoria controversa riceve ampia copertura mediatica, il volume delle ricerche correlate aumenta sensibilmente, contribuendo alla diffusione e alla legittimazione di contenuti privi di valutazione scientifica. Questo meccanismo ha favorito la circolazione di credenze errate e ha alimentato un clima di incertezza che ha caratterizzato l'intera gestione comunicativa della pandemia. L'esperienza italiana durante la pandemia di COVID-19 mostra come i mass-media abbiano esercitato un'influenza decisiva nella costruzione dell'immaginario collettivo relativo all'emergenza sanitaria. Attraverso la selezione delle notizie, l'uso di specifiche terminologie e l'amplificazione di determinati contenuti, i mezzi di comunicazione hanno contribuito ad orientare le ricerche online, la percezione del rischio e l'interesse pubblico verso il COVID-19. Se da un lato hanno rappresentato uno strumento fondamentale per la diffusione delle informazioni, dall'altro hanno talvolta favorito la propagazione di narrazioni infodemiche e contenuti fuorvianti, evidenziando la necessità di sviluppare strategie di comunicazione sanitaria maggiormente basate sulla accuratezza scientifica, sulla trasparenza e sulla responsabilità sociale (Rovetta, Castaldo, 2021).

CAPITOLO 3: I FATTORI CHE INFLUENZANO LA CREDENZA NELLE FAKE NEWS

3.1 Bias cognitivi ed euristiche

Secondo Pennycook e Rand (2019), gli individui non analizzano sempre le informazioni in modo approfondito e razionale. Nella maggior parte delle situazioni quotidiane il cervello tende a ricorrere ad euristiche e bias, ovvero scorciatoie cognitive che permettono di formulare giudizi rapidi riducendo lo sforzo mentale richiesto dall'elaborazione delle informazioni. Nonostante queste strategie siano generalmente utili, perché consentono di prendere decisioni in tempi brevi, possono anche favorire errori sistematici di valutazione, soprattutto quando le persone devono stabilire se una notizia sia vera o falsa. Tra le numerose euristiche individuate dalla letteratura la più rilevante sembra essere quella della familiarità. Quando un'informazione viene incontrata più volte nel tempo, essa tende progressivamente a risultare più familiare. Questa sensazione di familiarità viene spesso interpretata dal cervello come un indizio della sua attendibilità, anche quando non esiste nessuna prova oggettiva della sua veridicità. Perciò, secondo l'euristica della familiarità, la semplice ripetizione di un'informazione può aumentarne la credibilità indipendentemente dal fatto che sia vera o falsa. Questo fenomeno appena descritto è noto in psicologia come *illusory effect*. Gli studi analizzati da Pennycook & Rand (2019) dimostrano che è sufficiente una sola esposizione precedente a un titolo di fake news affiché, in una valutazione successiva, esso venga percepito come più credibile rispetto a un'informazione mai vista prima. Questo effetto emerge anche quando il contenuto appare chiaramente poco plausibile e persino quando contraddice l'orientamento politico del lettore. Di conseguenza, la ripetuta esposizione alle fake news attraverso i social media può aumentare progressivamente la loro apparente attendibilità semplicemente perchè rende quei contenuti sempre più familiari agli utenti. Questo processo è strettamente collegato al concetto di *processing fluency* (fluidità di elaborazione cognitiva). Le informazioni già incontrate in passato vengono elaborate dal cervello con maggiore facilità e rapidità rispetto a quelle nuove. Questa facilità di elaborazione genera una sensazione soggettiva di naturalezza e scorrevolezza che viene interpretata in modo inconsapevole come un segnale di accuratezza. Non è la qualità dell'informazione a cambiare, ma il modo in cui essa viene elaborata cognitivamente. Visto che il cervello impiega meno sforzo per elaborare uno stimolo familiare, tende erroneamente ad attribuirgli maggiore credibilità. Questo meccanismo contribuisce a spiegare perchè la continua esposizione alle medesime fake news sulle piattaforme digitali possa renderle progressivamente più convincenti. Ogni nuova visualizzazione contribuisce a rafforzare la familiarità con il

contenuto, aumentando in modo indiretto la probabilità che questo venga successivamente considerato vero, anche in assenza di qualsiasi verifica oggettiva. Già nei decenni precedenti, gli autori Hasher, Goldstein e Toppino (1977) si sono posti una domanda fondamentale: su quali basi le persone giudicano vera o falsa un'informazione quando non possiedono informazioni certe sull'argomento? Nella vita quotidiana capita frequentemente di trovarsi di fronte ad affermazioni plausibili, ma rispetto alle quali non si dispone di elementi sufficienti per verificarne immediatamente l'esattezza. In queste situazioni il giudizio non dipende esclusivamente dalle conoscenze già possedute, ma può essere influenzato anche da altri processi cognitivi. Gli autori ipotizzano che uno dei fattori più importanti fosse la frequenza di esposizione. La memoria umana è particolarmente sensibile alla ripetizione degli stimoli: quanto più spesso un'informazione viene incontrata, tanto più facilmente questa viene recuperata alla memoria. Da questa osservazione nasce l'ipotesi che la semplice ripetizione possa diventare un criterio utilizzato inconsapevolmente per valutare la credibilità di un'affermazione. Per verificare questa ipotesi viene realizzato da Hasher e colleghi (1977) un esperimento nel quale alcuni studenti universitari ascoltavano una serie di affermazioni riguardanti argomenti molto diversi come politica, geografia, storia, sport, biologia e arte. Tutte le affermazioni erano formulate in modo plausibile, così da risultare credibili, ma riguardavano informazioni che la maggior parte dei partecipanti difficilmente conosceva con certezza. Alcune di esse erano realmente vere, mentre altri erano false. Inoltre, una parte delle affermazioni veniva ripresentata più volte nel corso dell'esperimento, mentre le restanti comparivano una sola volta. Dopo ogni presentazione, ai partecipanti veniva chiesto di esprimere quanto ritenessero vera ciascuna affermazione attraverso una scala di valutazione. I risultati mostrarono un effetto estremamente chiaro. Le affermazioni ripetute più volte venivano progressivamente giudicate come più credibili rispetto a quelle presentate una sola volta. Questo incremento della credibilità si osservava ad ogni nuova esposizione e non dipendeva dal contenuto delle affermazioni, ma esclusivamente dalla loro ripetizione. Al contrario, le valutazioni attribuite alle affermazioni non ripetute rimanevano sostanzialmente stabili nel tempo. L'aspetto più interessante riguarda il fatto che questo fenomeno interessava sia le affermazioni vere sia quelle false. Sebbene i partecipanti riuscissero mediamente a distinguere le informazioni corrette da quelle errate, la semplice ripetizione aumentava la percezione di veridicità di entrambe. Gli autori interpretarono questi risultati sostenendo che la frequenza di esposizione viene utilizzata dal cervello come un criterio implicito di certezza. Quando non si possiedono conoscenze sufficienti per verificare un'informazione, il fatto di averla già incontrata in precedenza può essere inconsapevolmente interpretato come un segnale della sua

attendibilità. La ripetizione, quindi, non modifica il contenuto delle informazioni, ma modifica il giudizio soggettivo espresso nei suoi confronti.

Un'altra scorciatoia cognitiva frequentemente utilizzata riguarda la fonte dell'informazione, perciò viene definita euristica della fonte (*Source Heuristic*). Quando le persone valutano una notizia, spesso non analizzano attentamente il contenuto ma si affidano alla credibilità percepita della persona o dell'organizzazione che la diffonde. Se una determinata fonte viene considerata affidabile o autorevole, gli individui tendono ad attribuire maggiori credibilità anche alle informazioni provenienti da essa. Le piattaforme social contribuiscono a rafforzare questa euristica attraverso indicatori come il numero di condivisioni, commenti e apprezzamenti ricevuti da un contenuto. Questi segnali vengono interpretati di frequente come indicatori indiretti di attendibilità, pur non rappresentando alcuna prova della veridicità dell'informazione. È importante osservare che gli autori Pennycook et al. (2019) non definiscono esplicitamente questo fenomeno come *bandwagon effect*, ma il meccanismo descritto è molto vicino a questo concetto: la popolarità di un contenuto può influenzarne la credibilità percepita, inducendo gli individui a ritenere più affidabili le informazioni che sembrano essere condivise o approvate da molte persone. Si potrebbe pensare che gli utenti condividono sui social media soltanto le notizie che ritengono vere. Da questa prospettiva l'elevata diffusione delle fake news sembrerebbe indicare che un gran numero di persone creda realmente ai contenuti falsi. Tuttavia, gli studi più recenti mostrano che il processo di valutazione dell'accuratezza di una notizia e la decisione di condividerla online non coincidono necessariamente. Le persone possono infatti riconoscere che una determinata informazione è poco attendibile e, nonostante ciò, decidere comunque di diffonderla sui social network. Per spiegare questa discrepanza ci sono tre possibili interpretazioni: la prima è definita *confusion-based account*. Secondo queste ipotesi, alcune persone condividono fake news semplicemente perché le considerano realmente vere. Una seconda spiegazione, denominata *preference-based account*, secondo la quale gli utenti possono scegliere deliberatamente di condividere contenuti falsi pur riconoscendone la scarsa attendibilità. In questi casi, la condivisione sarebbe motivata da obiettivi diversi dalla ricerca della verità, ad esempio il desiderio di sostenere una determinata posizione politica, attirare l'attenzione, suscitare discussione o diffondere un contenuto ritenuto interessante o utile per il proprio gruppo di riferimento. La condivisione, quindi, non rifletterebbe necessariamente una convinzione personale circa la veridicità dell'informazione. La terza interpretazione viene definita *inattention-based account*: secondo questa prospettiva il problema principale non consiste nel fatto che gli individui credano alle fake news o decidano intenzionalmente di diffonderle pur sapendo che sono false, ma, nel

momento della condivisione, l'accuratezza dell'informazione semplicemente non rappresenta l'aspetto su cui si concentra la loro attenzione. Quando scorrono rapidamente contenuti dei social media, gli utenti tendono a valutare altri elementi, ad esempio l'interesse della notizia, la sua capacità di intrattenere, di sorprendere o di generare interazioni, trascurando invece di chiedersi se il contenuto sia realmente vero.

Tra i bias cognitivi maggiormente studiati nella psicologia del ragionamento vi è il *confirmation bias*, che consiste nella tendenza degli individui a privilegiare le informazioni che confermano le proprie convinzioni preesistenti, trascurando o attribuendo un peso minore alle informazioni che le contraddicono. Klayman (1995) sottolinea che il confirmation bias non rappresenta un fenomeno unitario e semplice, ma un insieme di processi cognitivi differenti che possono manifestarsi in momenti diversi dell'elaborazione delle informazioni. Per questo motivo è più corretto parlare di diverse forme di confirmation bias piuttosto che di un unico meccanismo. A partire dagli anni Sessanta numerosi studi hanno evidenziato come le persone tendano a mantenere con eccessiva sicurezza le proprie convinzioni iniziali anche quando vengono esposte a nuove informazioni. Tuttavia, i risultati della ricerca di Klayman (1995) mostrano che questa tendenza può assumere forme differenti a seconda del contesto, del tipo di compito e dei processi cognitivi coinvolti. Non esiste quindi una definizione universalmente condivisa del fenomeno, né un unico meccanismo responsabile della sua comparsa. Per chiarire il concetto, è bene distinguere due significati del termine confirmation. Il primo riguarda la naturale tendenza a cercare esempi che siano coerenti con l'ipotesi formulata, definita *positive hypothesis testing*. Il secondo indica invece la tendenza a perseverare nelle proprie convinzioni, mostrando una certa resistenza ad abbandonarle anche quando emergono prove contrarie. Sebbene questi due fenomeni siano spesso collegati, non coincidono necessariamente e possono produrre effetti differenti sul processo decisionale. Anche il termine bias può essere interpretato in diversi modi. In alcuni casi indica semplicemente una predisposizione o una preferenza cognitiva, priva di una connotazione necessariamente negativa, in altri invece fa riferimento ad un processo sistematicamente distorto che conduce a giudizi errati o poco accurati. Klayman (1995) definisce la nascita del confirmation bias: secondo l'autore la formazione delle convinzioni è il risultato di un processo complesso composto da numerose fasi strettamente collegate tra loro. Quando una persona sviluppa un'opinione, richiama innanzitutto le conoscenze già possedute, formula un'ipotesi, ricerche e informazioni utili per verificarla, interpreta le nuove evidenze raccolte e, infine, aggiorna le proprie convinzioni sulla base di quanto appreso. Ciascuna di queste fasi può rappresentare un punto in cui il confirmation bias esercita la propria influenza. Secondo Klayman (1995), perciò, il confirmation bias può

manifestarsi attraverso diverse modalità, che spesso si intrecciano tra di loro durante il processo di formazione e consolidamento delle convinzioni. In primo luogo, gli individui tendono a riporre un'eccessiva fiducia nelle proprie convinzioni iniziali, attribuendo fin dall'inizio un elevato grado di certezza alle ipotesi formulate e rendendole, di conseguenza, più resistenti al cambiamento. Questo atteggiamento favorisce anche una ricerca selettiva delle informazioni, orientata prevalentemente verso dati ed evidenze che confermano le proprie tendenze, mentre le informazioni potenzialmente contraddittorie vengono trascurate o ricercate con minore frequenza. Anche quando vengono raccolte prove apparentemente oggettive, queste possono essere interpretate in modo distorto, attribuendo maggiore credibilità agli elementi coerenti con le convinzioni preesistenti e valutando con maggiore scetticismo quelli discordanti. Inoltre, l'acquisizione di nuove informazioni non sempre determina una revisione significativa delle proprie credenze: spesso gli individui apportano soltanto modifiche marginali alle convinzioni iniziali, continuando a mantenere un'elevata fiducia nell'ipotesi originaria. Infine, quando le proprie idee vengono messe in discussione, può emergere una difficoltà nel formulare spiegazioni alternative altrettanto convincenti, con la conseguenza che le persone tendono a fare nuovamente riferimento all'interpretazione iniziale, rafforzando ulteriormente le convinzioni già consolidate. Queste diverse manifestazioni non devono essere considerate fenomeni indipendenti. Al contrario, esse interagiscono continuamente tra loro durante il processo di ragionamento e contribuiscono nel loro insieme rafforzare la tendenza degli individui a mantenere convenzioni già consolidate. Klayman, inoltre, osserva che una delle manifestazioni più comuni del Confirmation bias consiste nella tendenza a verificare un'ipotesi cercando prevalentemente elementi che possano confermarla, invece di ricercare prove capaci di metterle in discussione. Questo comportamento viene definito *positive hypothesis testing*, distinguendolo dal Confirmation bias in senso più ampio. Non si tratta necessariamente del desiderio consapevole di dimostrare che la propria convinzione sia corretta, ma di una strategia cognitiva attraverso la quale gli individui tendono in modo spontaneo a raccogliere informazioni coerenti con ciò che già ritengono plausibile. Per illustrare questo fenomeno è necessario richiamare il celebre esperimento ideato da Peter Wason nel 1960, noto come 2-4-6 task. In questo studio ai partecipanti veniva presentata una sequenza numerica iniziale "2-4-6" che rispettava una regola conosciuta soltanto dallo sperimentatore. Il compito consisteva nell'individuare tale regola proponendo nuove sequenze di tre numeri; dopo ogni tentativo lo sperimentatore indicava semplicemente se la sequenza fosse compatibile oppure no con la regola. I partecipanti potevano continuare a formulare esempi fino a quando ritenevano di aver individuato la risposta corretta. La maggior parte dei soggetti ipotizzava inizialmente che la

regola fosse “numeri che aumentano di due unità”. Per verificare questa ipotesi proponeva quindi sequenze come 5-7-9 oppure 106-108-110. Tutte queste sequenze ricevevano una risposta positiva da parte dello sperimentatore, rafforzando nei partecipanti la convinzione di aver individuato la regola corretta. In realtà però la regola era molto più generale e consisteva semplicemente in qualsiasi sequenza di numeri in ordine crescente. Sequenze come 1-2-3 oppure 20-21-100 sarebbero state anch’esse corrette, ma raramente venivano proposte dai partecipanti. L’errore principale non consisteva nel formulare esempi coerenti con l’ipotesi iniziale, ma nel fatto che i partecipanti evitavano di mettere realmente alla prova alla propria ipotesi. Per verificare se la regola fosse davvero “aumentare di due”, sarebbe stato più efficace proporre una sequenza che violasse queste ipotesi ma che potesse comunque rispettare una regola più generale, ad esempio 1-2-3. Un risultato positivo avrebbe immediatamente mostrato che l’ipotesi iniziale era troppo restrittiva, ma la maggior parte delle persone preferivano continuare a raccogliere conferme invece di cercare possibili confutazioni. È bene sottolineare che il positive hypothesis testing non coincide automaticamente con il confirmation bias. In molti casi verificare i casi positivi può essere un modo efficace per raccogliere informazioni utili, ma il problema emerge quando questa strategia viene utilizzata in modo esclusivo e gli individui trascurano completamente la possibilità di ricercare prove alternative o potenzialmente falsificanti. Il bias, quindi, nasce non tanto dalla ricerca di conferme in sé, quanto dalla mancanza di un confronto sistematico con informazioni che potrebbero smentire l’ipotesi iniziale. Questa strategia può diventare problematica in quanto il ricorso sistematico a test di conferma può produrre una visione incompleta della realtà. Quando gli individui raccolgono prevalentemente informazioni coerenti con le proprie convinzioni, aumentano le probabilità di rafforzare tali convinzioni anche nel caso in cui siano parzialmente o totalmente errate. Questo avviene perché le evidenze raccolte risultano inevitabilmente sbilanciate a favore dell’ipotesi iniziale, mentre le informazioni potenzialmente confutate vengono cercate con minore frequenza o addirittura ignorate. Il confirmation bias non implica necessariamente un desiderio consapevole di ignorare la realtà, molto spesso si tratta di una conseguenza del normale funzionamento dei processi cognitivi. Formulare esempi coerenti con un’ipotesi richiede infatti uno sforzo mentale inferiore rispetto all’immaginare situazioni che potrebbero contraddirla. Per questo motivo, il bias emerge frequentemente anche in assenza di intenzioni deliberatamente distorsive. Il bias in esame non si manifesta esclusivamente nella fase di ricerca delle informazioni, ma anche nel momento in cui gli individui interpretano le evidenze raccolte. Una volta formulata un’ipotesi, infatti, le persone tendono inconsciamente a valutare le nuove informazioni in modo favorevole alla convinzione già esistente, attribuendo maggiore

importanza alle prove che la confermano e ridimensionando il significato di quelle che la contraddicono. Questo fenomeno emerge soprattutto quando le informazioni disponibili non sono completamente chiare. Infatti, l'ambiguità rappresenta il terreno ideale per il confirmation bias: quando una prova può essere interpretata in modi differenti, gli individui tendono spontaneamente a scegliere l'interpretazione che conferma la propria ipotesi. Un'altra manifestazione riguarda il modo in cui viene giudicata la credibilità delle fonti e delle prove. Klayman (1995) osserva che gli individui tendono a considerare maggiormente affidabili le informazioni coerenti con le proprie convinzioni, mentre sottopongono a un controllo molto più severo le informazioni che le mettono in discussione. Per sostenere questa affermazione si può richiamare il celebre studio di Lord, Ross e Lepper (1979). In questo esperimento furono coinvolti i partecipanti favorevoli e contrari alla pena di morte. Ad entrambi i gruppi vennero presentati studi scientifici con risultati contrastanti: alcuni sembravano dimostrare l'efficacia della pena di morte come deterrente, mentre altri suggerivano l'opposto. Ci si sarebbe potuta aspettare che, dopo aver esaminato entrambe le posizioni, le opinioni dei partecipanti diventassero più moderate. I risultati mostrarono invece l'effetto contrario: ciascun gruppo giudicò più rigorosi e convincenti gli studi favorevoli alla propria posizione iniziale, mentre considerò dal punto di vista metodologico meno affidabili quelli che la contraddicevano. Di conseguenza, anziché avvicinarsi, le opinioni dei partecipanti divennero ancora più polarizzate.

3.2 Fattori emotivi

Un aspetto particolarmente rilevante nello studio della disinformazione riguarda il ruolo svolto dagli stati emotivi nel processo attraverso cui gli individui valutano la credibilità delle informazioni. Martel, Pennycook e Rand (2020) riscontrano nei loro studi un'associazione generale tra una maggiore propensione alla riflessione e al ragionamento deliberato e una migliore capacità di distinguere le notizie vere da quelle false. Il quesito che ci poniamo è perciò se l'affidamento alle proprie emozioni possa rappresentare di per sé un fattore capace di aumentare la vulnerabilità alla disinformazione. Martel et al. (2020) mostrano attraverso i loro studi che, sia una maggiore intensità delle emozioni positive, sia una maggiore intensità di quelle negative, sono associate a una più elevata credenza alle fake news. Questo ci suggerisce che la vulnerabilità alla disinformazione non dipende necessariamente dalla valenza positiva o negativa dello stato emotivo, ma può essere collegata più in generale all'intensità del coinvolgimento affettivo e alla tendenza ad utilizzare le proprie reazioni emotive nel formulare un giudizio.

Un aspetto rilevante attraverso cui gli stati emotivi possono influenzare il rapporto dell'individuo con l'informazione riguarda il fenomeno della *information anxiety*. Soroya et al. (2021), analizzando il comportamento informativo durante la pandemia da COVID-19, evidenziano come la ricerca di informazioni possa assumere una natura ambivalente. In una situazione di elevata incertezza, gli individui sono naturalmente motivati a ricercare contenuti che permettano loro di comprendere la minaccia, conoscere le misure di prevenzione e ridurre il senso di insicurezza. Tuttavia, quando il numero di fonti consultate e la qualità di informazioni ricevute superano la capacità individuale di elaborazione può svilupparsi una condizione di sovraccarico informativo. L'*information overload* si verifica quando il volume di informazioni disponibili diventa eccessivo rispetto alle risorse cognitive necessarie per organizzarle e comprenderle. In condizioni come quelle appena descritte l'informazione perde in modo progressivo la sua capacità di orientare efficacemente il giudizio e può produrre effetti negativi sul benessere psicologico e sui processi decisionali. Si crea, perciò, un'associazione tra sovraccarico informativo e stress, affaticamento, confusione, emozioni negative, sintomi depressivi e ansia. Questo può inoltre compromettere la qualità delle decisioni e portare gli individui a ridurre o interrompere la ricerca di ulteriori informazioni. Questo processo assume particolare rilevanza durante una crisi sanitaria, durante la quale le informazioni disponibili possono essere contemporaneamente numerose, mutevoli e talvolta contraddittorie. I contenuti provenienti dalle diverse fonti possono amplificare la percezione del rischio e la paura, soprattutto quando le persone incontrano difficoltà nel distinguere le notizie autentiche da quelle false. Soraya et al. (2021) concentrano in particolare l'attenzione sul già citato concetto di *information anxiety*, inteso come uno stato di disagio che emerge quando l'individuo percepisce una distanza crescente tra la quantità di informazioni che dovrebbe comprendere e ciò che riesce effettivamente ad assimilare. In un contesto caratterizzato da un flusso continuo di aggiornamenti, l'incapacità di mantenere il controllo sulle informazioni disponibili può produrre un senso di frustrazione e sovraccarico. L'ansia informativa non rappresenta soltanto una reazione emotiva, in quanto può influenzare anche i processi decisionali e il successivo comportamento di ricerca. Utilizzando il modello Stimulus-Organism-Response gli autori descrivono una sequenza nella quale l'esposizione alle fonti informative e il sovraccarico costituiscono gli stimoli provenienti dall'ambiente, l'ansia informativa rappresenta lo stato interno dell'individuo e l'evitamento dell'informazioni costituisce la conseguente risposta comportamentale. I risultati ottenuti mostrano che l'esposizione ai social media era significativamente associata sia a un maggiore information overload sia a una maggiore information anxiety. Questi risultati mostrano quindi come l'ansia possa modificare

profondamente il rapporto dell'individuo con l'ambiente informativo. Quando la quantità di informazioni viene percepita come eccessiva e difficile da gestire, evitare ulteriori contenuti può rappresentare una strategia attraverso cui ridurre temporaneamente il disagio. Questa risposta può avere conseguenze problematiche, in quanto riduce allo stesso tempo la probabilità di entrare in contatto con informazioni corrette, aggiornamenti scientifici e indicazioni utili. Un contributo particolarmente rilevante nell'ambito dello studio delle emozioni lo possiamo trarre dall'autrice Nabi (2003) secondo la quale le emozioni non rappresentano soltanto una reazione successiva all'esposizione a un messaggio, ma possono contribuire direttamente a determinare quali aspetti dell'informazione vengono percepiti come più importanti e accessibili. L'autrice propone quindi di interpretare le emozioni come vere e proprie forme di *framing*: una determinata reazione emotiva può rendere alcuni elementi di un messaggio più salienti rispetto ad altri e, di conseguenza, influenzare il modo in cui l'individuo comprende un problema, ricerca ulteriori informazioni e prende decisioni. La teoria del framing parte dall'idea che il modo in cui una questione viene presentata possa orientare l'attenzione verso alcuni elementi della realtà, lasciandone altri in secondo piano. Applicata alle emozioni questa prospettiva ci suggerisce che uno stato emotivo possa agire come una sorta di "filtro cognitivo" facendo sì che alcune informazioni diventino più facilmente disponibili nella memoria e vengano utilizzate più di frequente nei giudizi successivi. Le teorie funzionali delle emozioni considerate da Nabi (2003) sostengono che ciascuna emozione sia collegata a una specifica modalità di valutazione della situazione e a determinate tendenze dell'azione. Una volta attivata l'emozione contribuisce a dirigere le risorse cognitive e comportamentali verso gli elementi dell'ambiente maggiormente rilevanti rispetto all'obiettivo associato a quella particolare emozione. Seguendo questa prospettiva, una reazione emotiva può influenzare ciò che una persona presta attenzione, le informazioni che tende a ricordare e quelle che invece vengono trascurate. Ne possiamo dedurre che in presenza di contenuti fortemente emotivi, il processo di valutazione dell'informazione può diventare meno neutrale, perché l'attenzione viene indirizzata verso gli elementi coerenti con la reazione emotiva sperimentata. Martel et al. (2020) suggeriscono che, nel complesso, una maggiore emotività aumenta la suscettibilità alle fake news, senza trovare sempre differenze nette tra le diverse emozioni. Nabi (2003) invece mostra un altro aspetto: anche quando diverse emozioni possono influenzare l'elaborazione, non necessariamente lo fanno nello stesso modo. Paure e rabbia possono essere entrambe emozioni negative e caratterizzate da un'elevata attivazione, ma dirigono attenzione e ricerche informativa verso obiettivi diversi. La paura rende più salienti il rischio e la necessità di protezione, mentre la rabbia rende maggiormente accessibili la responsabilità personale, la colpa e la retribuzione.

Un ulteriore aspetto attraverso cui i fattori emotivi assumono rilevanza nel contenuto informativo riguarda la loro capacità di incidere sulla diffusione dei contenuti. Berger & Milkman (2012) hanno analizzato il rapporto tra emozioni e viralità, evidenziando come le caratteristiche emotive di un messaggio possano contribuire a determinare la probabilità di condivisione. La trasmissione sociale delle informazioni può avere molteplici motivazioni: gli individui possono condividere contenuti perché li considerano utili, interessanti o sorprendenti, per aiutare gli altri, per presentarsi come persone informate oppure per rafforzare le proprie relazioni sociali. Accanto a queste motivazioni assume particolare importanza la componente emotiva dal momento che gli individui tendono di frequente a comunicare agli altri esperienze e informazioni che hanno suscitato in loro una reazione affettiva significativa. Tuttavia la maggiore diffusione dei contenuti emotivi non può essere spiegata attraverso la sola distinzione tra emozioni positive e negative. Un elemento centrale è rappresentato dal livello di *arousal*, inteso come il grado di attivazione fisiologica prodotto da una determinata emozione. Emozioni appartenenti alla stessa valenza possono generare livelli di attivazione molto diversi e di conseguenza influenzare diversamente il comportamento di condivisione. Rabbia, ansia e tristezza, ad esempio, sono tutte emozioni negative, ma mentre le prime due sono caratterizzati da un'elevata attivazione, la tristezza è associata a una condizione maggiormente attivante. Berger & Milkman (2012) sostengono che questa distinzione sia fondamentale perché la condivisione di un'informazione costituisce essa stessa un comportamento orientato all'azione: uno stato di maggiore attivazione può rendere l'individuo maggiormente predisposto a trasmettere il contenuto ad altre persone. Questa ipotesi trova conferma nell'analisi di quasi 7000 articoli pubblicati dal New York Times. I risultati mostrano che i contenuti maggiormente carichi dal punto di vista emotivo presentavano una maggiore probabilità di entrare nella lista degli articoli più inviati dagli utenti. Tuttavia, le singole emozioni producono effetti differenti. I contenuti capaci di generare rabbia e ansia risultano maggiormente condivisi, mentre quelli associati alla tristezza mostrano una tendenza opposta. Questo risultato ci suggerisce che non sia sufficiente considerare il carattere positivo o negativo di un messaggio: ciò che sembra assumere particolare rilevanza è la capacità dell'emozione di produrre uno stato di attivazione nel destinatario.

Un ulteriore aspetto da considerare riguardo il ruolo svolto dalle emozioni nella diffusione delle informazioni all'interno dei social network. Brady et al. (2017) hanno approfondito questo fenomeno analizzando il modo in cui la combinazione tra linguaggio morale ed emotivo influenza la trasmissione dei messaggi online. È bene partire dalla considerazione che atteggiamenti, giudizi e comportamenti non siano prodotti esclusivamente a livello individuale,

ma vengono costantemente influenzati dalle reti sociali nelle quali le persone sono inserite. Idee ed emozioni possono propagarsi da un individuo all'altro attraverso le connessioni sociali, secondo un processo che presenta alcune analogie con il concetto di contagio. Nel caso delle questioni politiche e sociali, la dimensione emotiva può assumere una particolare rilevanza quando si combina con una valutazione morale. Le emozioni morali emergono in relazione alla percezione di norme, responsabilità, ingiustizie e violazioni dell'interesse personale dell'individuo. Un soggetto può ad esempio provare rabbia o indignazione in risposta a un'ingiustizia subita da altri. Seguendo questa prospettiva, la comunicazione di un problema in termini contemporaneamente morali ed emotivi può aumentare il coinvolgimento dell'utente e influenzare il comportamento di condivisione. Questo concetto viene definito "*moral contagion"*, ovvero il processo attraverso cui le idee caratterizzate da questa combinazione si propagano attraverso le reti sociali (Brady et al. 2017). Il fenomeno è stato analizzato attraverso oltre 563.000 tweet relativi a tre questioni fortemente polarizzanti: controllo delle armi, matrimonio tra persone dello stesso sesso e cambiamento climatico. La diffusione dei messaggi è stata misurata attraverso il numero di retweet, distinguendo inoltre tra termini esclusivamente morali, emotivi e parole capaci di esprimere contemporaneamente entrambe le dimensioni. I risultati evidenziano una relazione particolarmente significativa tra linguaggio morale-emotivo e diffusione. Ogni parola morale-emotiva aggiuntiva presente in un messaggio era associata a un aumento medio di circa il 20% del tasso atteso di retweet. Questo effetto viene osservato nei tre differenti argomenti analizzati: l'incremento era pari a circa il 19% per il controllo delle armi, al 17% per il matrimonio tra persone dello stesso sesso e al 24% per il cambiamento climatico. Questo risultato permane anche dopo aver considerato altre caratteristiche capaci di incidere sulla diffusione, come ad esempio il numero di follower dell'autore, la presenza di link o contenuti multimediali e lo status verificato dell'account. Un elemento interessante è rappresentato dal fatto che l'effetto non sembra essere spiegabile semplicemente dalla presenza di un linguaggio emotivo. In diversi casi, la combinazione tra valutazione morale ed emozione mostra una relazione con la diffusione superiore rispetto alla semplice presenza di parole esclusivamente morali o emotive. Questo ci suggerisce che i contenuti possano acquisire una particolare capacità di circolazione quando riescono contemporaneamente a suscitare una risposta affettiva e a presentare la questione attraverso categorie di giusto e sbagliato, colpa, responsabilità o violazione delle norme. Analizzando il ruolo delle singole emozioni possiamo notare come la tristezza, caratterizzata da un basso livello di attivazione, mostra in maniera piuttosto consistente una relazione negativa con la trasmissione dei messaggi. La rabbia presenta invece effetti maggiormente dipendenti dal contesto: favorisce la trasmissione nelle

discussioni sul cambiamento climatico, caratterizzate prevalentemente da emozioni negative, ma risulta associata a una minore diffusione nei messaggi relativi al matrimonio tra persone dello stesso sesso, in cui il clima comunicativo è prevalentemente positivo. Da questi risultati possiamo ricavarne che la rabbia possieda caratteristiche attivanti che possono favorirne la condivisione ma che il suo effetto sulla diffusione dipenda anche dal contesto nel quale viene espressa. Possiamo inoltre notare una interazione tra emozione e appartenenza ideologica: i messaggi caratterizzati da un linguaggio morale-emotivo tendono a diffondersi maggiormente all'interno di reti composte da utenti politicamente affini rispetto alla circolazione tra gruppi ideologicamente differenti. Un contesto particolarmente utile per comprendere il rapporto tra emozioni ed elaborazione delle informazioni è rappresentato dalla pandemia da COVID-19. Van Bavel et al. (2020) sottolineano come una delle principali risposte emotive generate da una minaccia sanitaria sia la paura. Le emozioni negative associate alla percezione di un pericolo possono propagarsi tra gli individui e contribuire ad alterare la valutazione della minaccia stessa, facendo apparire il rischio come maggiormente vicino e imminente. La paura non rappresenta soltanto una conseguenza della percezione di una situazione pericolosa, ma può intervenire nel modo in cui questa situazione viene successivamente interpretata. Gli effetti della paura non sono univoci infatti i messaggi che fanno leva su questa emozione possono favorire l'adozione di comportamenti adeguati, soprattutto quando gli individui percepiscono di possedere strumenti efficaci per affrontare il pericolo. Al contrario, quando un elevato livello di paura si accompagna a una ridotta percezione di efficacia personale possono emergere maggiormente risposte di tipo difensivo. La rilevanza delle emozioni emerge in maniera ancora più evidente considerando il loro rapporto con la percezione del rischio. Le decisioni relative alla salute richiederebbero una valutazione accurata dei costi, dei benefici e delle probabilità associate alle diverse alternative, ma questo processo non viene esclusivamente sulla base di informazioni oggettive. Lo stato emotivo dell'individuo può inoltre orientarne l'attenzione verso informazioni congruenti con ciò che sta provando: una condizione emotiva negativa può quindi rendere maggiormente salienti le informazioni di segno negativo, che vengono successivamente utilizzate per formulare il giudizio. Questo meccanismo assume particolare rilevanza nelle situazioni caratterizzate da forte incertezza, come quella della pandemia. In presenza di reazioni emotive molto intense, gli individui possono attribuire minore attenzione e informazioni quantitative fondamentali, ad esempio le probabilità statistiche o la reale estensione di un rischio. La pandemia è stata inoltre accompagnata da una notevole diffusione di fake news, misinformation e teorie del complotto, rendendo più complessa per gli individui

la distinzione tra evidenze scientifiche e informazioni provenienti da fonti scarsamente affidabili.

3.3 Caratteristiche individuali

Una diversa interpretazione della vulnerabilità alla disinformazione deriva dalla psicologia del ragionamento. Una delle principali spiegazioni proposte dalla letteratura riguarda il ruolo del ragionamento analitico, interpretato nell'ambito delle teorie del doppio processo cognitivo. Secondo questo modello il pensiero umano si basa sull'interazione di due differenti modalità di elaborazione delle informazioni. Il primo sistema opera in maniera automatica, intuitiva e veloce, richiedendo uno sforzo minimo (sistema 1); il secondo invece è caratterizzato da un'elaborazione più lenta, deliberata e riflessiva, che impiega un maggiore impegno delle risorse cognitive (sistema 2). La capacità di attivare questo secondo tipo di ragionamento rappresenta uno degli elementi centrali nello studio della suscettibilità alle fake news. Ross et al. (2019) illustrano come all'interno della letteratura scientifica si siano sviluppate due interpretazioni contrapposte riguardo al rapporto tra pensiero analitico e disinformazione. La prima prospettiva è quella del *motivated reasoning* (ragionamento motivato) secondo cui gli individui tendono a utilizzare le proprie capacità cognitive, non per ricercare la verità, ma per difendere convinzioni che sono già radicate e coerenti con la propria identità, soprattutto quando sono coinvolti i temi politicamente sensibili. Secondo questa visione, una maggiore capacità analitica non ridurrebbe necessariamente la credulità verso le fake news, ma al contrario, potrebbe rafforzare la tendenza ad accettare come vere quelle informazioni che confermano le proprie convinzioni ideologiche, respingendo invece le informazioni discordanti. Una seconda interpretazione definita dagli autori *classical reasoning account*, sostiene invece che il pensiero analitico favorisca una valutazione più accurata delle informazioni indipendentemente dal loro orientamento politico. Secondo questa prospettiva le persone che riflettono maggiormente sui contenuti sono generalmente più capaci di distinguere le notizie attendibili da quelle false, perché concentrano la propria attenzione sulla veridicità dell'informazione piuttosto che sulla sua coerenza con le proprie convinzioni personali. Per verificare quale delle due interpretazioni descrivesse meglio il comportamento degli individui, gli autori richiamano le precedenti ricerche di Pennycook e Rand, nelle quali era stato osservato che le persone con livelli più elevati di pensiero analitico, misurati attraverso il Cognitive Reflection Test (CRT), mostravano una maggiore capacità di riconoscere le fake news. Questa relazione risultava indipendente dall'orientamento politico delle notizie: gli individui più riflessivi riuscivano a identificare con

maggiore precisione sia le notizie favorevoli sia quelle sfavorevoli al proprio schieramento politico. Nonostante questi risultati, gli autori osservano che le ricerche precedenti avevano preso in esame quasi esclusivamente le fake news completamente inventate. Nella realtà dell'ecosistema informativo, tuttavia, una parte consistente della disinformazione è costituita dalle cosiddette notizie 'iperpartigiane', ovvero contenuti che descrivono eventi realmente accaduti ma li presentano in modo fortemente parziale, selettivo o fuorviante, enfatizzando alcuni aspetti e omettendone altri. Ritengo importante porre l'attenzione su un'analisi più approfondita del Cognitive Reflection Test che è già stato citato in precedenza. Nel tentativo di comprendere il ruolo dei processi cognitivi nel processo decisionale, Federick (2005) propone il Cognitive Reflection Test (CRT), uno strumento progettato per valutare la tendenza degli individui a superare le risposte intuitive immediate a favore di un ragionamento più riflessivo. L'autore osserva come, nonostante le numerose ricerche abbiano dimostrato l'influenza delle capacità cognitive su molteplici aspetti del comportamento umano, il loro ruolo nei processi decisionali fosse stato fino ad ora relativamente trascurato. Le differenze individuali nelle abilità cognitive non rappresentano semplicemente una fonte di variabilità statistica, ma costituiscono un elemento in grado di influenzare in modo significativo il modo in cui le persone valutano informazioni, formulano giudizi e prendono decisioni. Per analizzare questo aspetto l'autore introduce un test composto da tre quesiti apparentemente semplici, ma costituiti in modo tale da indurre spontaneamente una risposta intuitiva errata. La caratteristica distintiva del CRT non consiste quindi nella difficoltà matematica dei problemi proposti, ma nella necessità di riconoscere che la prima soluzione che affiora la mente è scorretta e di sostituirla con un ragionamento più accurato. In questo senso, il test misura la capacità dell'individuo di inibire la risposta automatica e di attivare un processo cognitivo maggiormente deliberato. Per comprendere il funzionamento del test Frederick presenta il celebre problema della mazza e della pallina ("*bat and ball problem"*), nel quale viene chiesto di determinare il costo della pallina sapendo che una mazza e una pallina costano complessivamente 1,10 dollari e che la mazza costa un dollaro in più della pallina. La risposta intuitiva che emerge spontaneamente ("10 centesimi") risulta errata, solo attraverso una verifica deliberata del ragionamento è possibile individuare la soluzione corretta ("5 centesimi"). Questo esercizio ci mostra come il CRT non valuti principalmente le competenze matematiche, ma la capacità di inibire una risposta automatica e attivare un processo di riflessione analitica. Solo interrompendo la prima intuizione e verificandone la coerenza logica è possibile arrivare alla soluzione corretta. Le evidenze raccolte da Frederick mostrano inoltre che gli errori commessi derivano prevalentemente dall'accettazione della prima risposta intuitiva piuttosto che dall'incapacità di

risolvere il problema. Tra le possibili risposte sbagliate emerge sistematicamente la stessa soluzione intuitiva, segno che molti partecipanti si affidano al primo risultato generato automaticamente dal Sistema 1. Anche coloro che forniscono la risposta corretta riferiscono spesso di aver inizialmente considerato la soluzione intuitiva, correggendola solo dopo una successiva riflessione. Ciò suggerisce che il CRT non misure esclusivamente l'abilità cognitiva generale, ma soprattutto la disposizione a mettere in discussione le proprie intuizioni iniziali, prima di formulare un giudizio definitivo (Frederick, 2005). Nel tentativo di comprendere quali caratteristiche individuali possano contribuire a spiegare la diversa vulnerabilità delle persone alla disinformazione, Roozenbeek et al., (2020) prendono in considerazione un ampio insieme di variabili demografiche, cognitive e psicologiche. È importante sottolineare che la credenza alle fake news non può essere ricondotta a un unico fattore, ma rappresenta il risultato dell'interazione tra differenti caratteristiche personali. Guess, Nagler e Tucker (2019) osservano che tra tutte le caratteristiche individuali considerate, l'età rappresenta il fattore che mostra l'associazione più consistente con la condivisione delle fake news. I risultati derivanti dalla loro indagine indicano che la frequenza di condivisione aumenta progressivamente con l'età dei partecipanti e raggiunge i valori più elevati nel gruppo degli individui con più di 65 anni. Gli autori stimano che gli over 65 condividano quasi sette volte più fake news rispetto agli utenti più giovani e oltre il doppio rispetto alla fascia d'età immediatamente precedente. In merito al tema, Brashier e Shacter (2020) hanno elaborato delle possibili spiegazioni in merito alla variabile dell'età appena considerata. Una delle interpretazioni più diffuse attribuisce la maggiore vulnerabilità degli anziani al progressivo declino di alcune funzioni cognitive. Con l'avanzare dell'età, capacità come la memoria episodica e il ragionamento astratto tendono gradualmente a ridursi, mentre molte attività cognitive richiedono uno sforzo crescente. Secondo questa prospettiva, gli anziani potrebbero ricorrere con maggiore frequenza, ha scorciatoie cognitive nella valutazione delle informazioni, aumentando così la probabilità di considerare attendibili i contenuti falsi. Gli autori osservano però che questa spiegazione risulta incompleta. Un esempio significativo riguarda l'illusory truth effect, ossia la tendenza a giudicare più credibili affermazioni già incontrate in precedenza semplicemente perché risultano familiari. Numerosi esperimenti dimostrano infatti che la ripetizione di una stessa informazione incrementa la percezione della sua veridicità sia nei giovani sia negli anziani. La semplice esposizione ripetuta aumenta la sensazione di familiarità indipendentemente dall'età. Il problema emerge soprattutto quando la ripetizione si combina con il deterioramento della memoria della fonte. Gli anziani tendono infatti a ricordare più facilmente il contenuto di una notizia rispetto al contesto in cui l'hanno appresa. Di conseguenza, anche quando una fake news

è stata inizialmente accompagnata da un avviso che ne segnalava la falsità, con il passare del tempo questa informazione contestuale può essere dimenticata, mentre rimane la familiarità generata dalla ripetuta esposizione al contenuto. In queste circostanze la notizia rischia di apparire credibile proprio perché è già stata vista in precedenza. Nonostante alcune funzioni cognitive, come la memoria episodica, tendono a diminuire con l'età, Brashier e Schacter (2020) evidenziano che non tutti i processi cognitivi seguono questo andamento. Al contrario, una delle capacità che continua generalmente a svilupparsi nel corso della vita è il patrimonio di conoscenze generali (*general knowledge*). Grazie all'esperienza accumulata nel tempo gli individui più anziani dispongono spesso di una base di conoscenze più ampia rispetto ai giovani adulti, elemento che può rappresentare un'importante risorsa nella valutazione dell'attendibilità delle informazioni. È bene sottolineare che la semplice ripetizione di un'informazione non è sempre sufficiente a modificarne la percezione di veridicità. Quando gli individui possiedono conoscenze solide su un determinato argomento, tendono a confrontare automaticamente le nuove informazioni con ciò che già sanno. Se il contenuto risulta incompatibile con il proprio bagaglio di conoscenze, la familiarità generata dalla ripetizione perde parte della sua efficacia e la notizia viene più facilmente riconosciuta come falsa. Ad esempio, gli anziani riescono spesso a respingere affermazioni errate relative a fatti ampiamente conosciuti, anche quando queste informazioni vengono ripetute più volte. Al contrario, i giovani adulti risultano maggiormente influenzati dalla ripetizione quando possiedono conoscenze meno consolidate sull'argomento. Uno degli aspetti più interessanti messi in evidenza dagli autori riguarda la capacità iniziale di distinguere le notizie vere da quelle false; quando i partecipanti valutano per la prima volta una serie di titoli giornalistici senza essere influenzati dalla ripetizione, gli individui più anziani mostrano spesso una maggiore accuratezza rispetto ai giovani adulti nel discriminare le informazioni attendibili da quelle false. Questo risultato sembra dipendere proprio dalla maggiore quantità di conoscenza accumulate nel corso della vita, che permette loro di confrontare i nuovi contenuti con un patrimonio informativo più ampio. Questo vantaggio tende a ridursi quando le fake news vengono riproposte ripetutamente all'interno dell'ambiente digitale. In queste situazioni, la combinazione tra la crescente familiarità del contenuto e il progressivo indebolimento della memoria relativa alla fonte può favorire un aumento della credibilità attribuita alle informazioni false. È proprio questa interazione tra ripetizione, familiarità e memoria della fonte a rappresentare uno dei principali meccanismi attraverso cui la disinformazione riesce a influenzare gli utenti più anziani. Un'ulteriore spiegazione delineata da Guess et al., (2019) riguarda il diverso livello di alfabetizzazione digitale. Secondo gli autori molte persone appartenenti alle generazioni più anziane potrebbero

non aver sviluppato le competenze necessarie per valutare criticamente l'affidabilità delle informazioni incontrate online, essendosi avvicinate ai media digitali in età adulta. Questa ipotesi richiama la distinzione tra *digital natives* e *digital immigrants* proposta dalla letteratura sulla media literacy e suggerisce che gli utenti più anziani possano incontrare maggiore difficoltà nel riconoscere contenuti manipolati o fonti poco affidabili. Successivamente analizziamo un'ulteriore caratteristica individuale, ovvero le competenze numeriche. Secondo Peters (2021) la capacità di comprendere e utilizzare correttamente le informazioni numeriche costituisce una competenza fondamentale per affrontare le decisioni della vita quotidiana. La pandemia di COVID-19 ha reso particolarmente evidente l'importanza della numeracy, in quanto cittadini e istituzioni si sono trovati a confrontarsi continuamente con dati epidemiologici, percentuali, probabilità, curve di crescita dei contagi e risultati di sondaggi. In questo contesto caratterizzato da un'elevata quantità di informazioni quantitative, la comprensione dei numeri assume un ruolo determinante nella valutazione critica delle informazioni e nella capacità di prendere decisioni consapevoli. Molte persone tendono a considerare le competenze matematiche rilevanti esclusivamente nell'ambito scolastico o nelle professioni scientifiche, ma in realtà la capacità di interpretare dati quantitativi influenzano numerose decisioni quotidiane, dalla gestione delle finanze personali alla comprensione delle informazioni sanitarie, fino alla valutazione delle notizie diffuse dai mezzi di comunicazione. La numeracy non rappresenta solamente una competenza specialistica riservata a pochi individui, al contrario costituisce uno strumento essenziale per orientarsi in una società sempre più caratterizzata dalla presenza di informazioni statistiche e probabilistiche. Gli individui con elevati livelli di numeracy tendono a basare i propri giudizi principalmente su dati quantitativi, statistiche e probabilità, dedicando maggior tempo all'analisi delle informazioni disponibili. Al contrario, coloro che possiedono competenze numeriche più limitate attribuiscono un peso maggiore a elementi qualitativi, come racconti personali, immagini particolarmente suggestive o contenuti emotivamente coinvolgenti, ricorrendo in maniera più frequente a strategie di elaborazione superficiale fondate su scorciatoie cognitive. La differenza tra persone maggiormente e meno competenti dal punto di vista numerico, non consiste esclusivamente nella capacità di eseguire calcoli complessi. Gli individui con elevata numeracy sviluppano una diversa modalità di rapportarsi ai numeri: prestano maggiore attenzione alle informazioni quantitative, dedicano più tempo alla loro interpretazione e le utilizzano con maggiore frequenza nel processo decisionale. Tuttavia possedere elevati competenze numeriche non garantisce automaticamente decisioni corrette. In particolari contesti, soprattutto quando sono coinvolte convinzioni politiche o ideologiche molto radicate, anche gli individui più competenti

possono utilizzare le proprie capacità cognitive per selezionare o reinterpretare le informazioni in modo coerente con le proprie convinzioni. Peters (2021) propone inoltre un'analisi più specifica delle competenze numeriche, andando ad individuare tre differenti componenti, ciascuna delle quali contribuisce alla qualità delle decisioni. La prima riguarda la numeracy oggettiva (*objective numeracy*), ossia la capacità effettiva di comprendere e utilizzare concetti matematici, percentuali e dati quantitativi. Questa competenza permette agli individui di interpretare correttamente le informazioni numeriche presenti nella comunicazione sanitaria, economica e scientifica, favorendo decisioni maggiormente informate. Una seconda componente è rappresentata dalla numeracy soggettiva (*subjective numeracy*), cioè il livello di fiducia che le persone ripongono nelle proprie capacità di comprendere e utilizzare i numeri. Questa dimensione influenza il modo in cui gli individui affrontano le informazioni quantitative: coloro che percepiscono di possedere scarse competenze matematiche tendono più facilmente a evitare i dati numerici, dedicando minore impegno alla loro comprensione e affidandosi maggiormente a valutazione intuitive o qualitative. Infine viene descritto un terzo aspetto, definito senso intuitivo del numero (*intuitive number sense*). Si tratta di una capacità innata che consente di stimare rapidamente grandezze e confrontare quantità senza ricorrere a calcoli espliciti. Nonostante questa abilità possa risultare utile nelle decisioni quotidiane, questa non sostituisce la numeracy oggettiva quando è necessario interpretare correttamente informazioni statistiche complesse. È ben evidenziare come le competenze numeriche non incidono esclusivamente sulla capacità di eseguire i calcoli matematici, ma influenzino direttamente la qualità delle decisioni assunte nella vita quotidiana. Una limitata capacità di elaborare informazioni quantitative può compromettere la valutazione critica delle informazioni disponibili, aumentando il rischio di formulare giudizi imprecisi e di adottare decisioni meno consapevoli. Un aspetto particolarmente rilevante riguarda la distinzione tra il livello di istruzione e competenze numeriche. Sebbene esista generalmente una correlazione positiva tra i due fattori, essi non coincidono. Anche individui con un elevato livello di istruzione possono manifestare difficoltà nell'interpretazione dell'informazioni quantitative, mentre persone con percorsi scolastici meno avanzati possono possedere adeguate capacità numeriche. Questa distinzione ci suggerisce che il titolo di studio non costituisce necessariamente un indicatore affidabile della capacità di comprendere e utilizzare correttamente dati statistici e probabilità. Le considerazioni teoriche proposte da Peters trovano conferma anche nelle evidenze empiriche presentate da Roozenbeek et al. (2020). Analizzando campioni rappresentativi provenienti da cinque Paesi, gli autori hanno osservato che le competenze numeriche costituiscono uno dei principali fattori associati alla capacità di distinguere le informazioni attendibili dalla

disinformazione relativa al COVID-19. I partecipanti con livelli più elevati di numeracy attribuivano sistematicamente una minore credibilità alle affermazioni false, e tale relazione rimaneva significativa anche dopo aver controllato statisticamente altre caratteristiche individuali, tra cui l'età, il livello di istruzione, l'orientamento politico e la fiducia nelle istituzioni. Secondo gli autori la capacità di comprendere e interpretare correttamente informazioni quantitative rappresenta una risorsa cognitiva fondamentale per valutare criticamente la qualità delle informazioni e ridurre la suscettibilità dell'informazione. Infine consideriamo tra le caratteristiche individuali anche il livello di istruzione. Attraverso gli studi elaborati da Roozenbeek et al. (2020) il livello di istruzione esercita un effetto molto modesto sulla suscettibilità alla disinformazione. Nel modello complessivo emerge una relazione statisticamente significativa, ma di entità ridotta, mentre nelle analisi condotte separatamente nei singoli paesi questa associazione perde generalmente significatività. Ciò significa che il semplice possesso di un titolo di studio elevato non rappresenta, di per sé, una protezione sufficiente contro la credenza nelle fake news.

3.4 Fattori sociali e identitari

Con la crescente centralità di internet e dei social media nell'accesso alle informazioni si è diffusa la preoccupazione che gli individui possano essere progressivamente esposti a contenuti coerenti con le proprie convinzioni, entrando in ambienti informativi caratterizzati da una scarsa presenza di opinioni contrastanti. In questo contesto assumono particolare rilevanza i concetti di *echo chamber* e *filter bubble* che, pur essendo frequentemente utilizzati come sinonimi, descrivono in realtà fenomeni differenti. Arguedas et al. (2022) con il termine *echo chamber* indicano un ambiente informativo relativamente chiuso nel quale determinati messaggi vengono ripetuti e rafforzati, mentre le informazioni capaci di metterli in discussione hanno minori possibilità di raggiungere gli individui che ne fanno parte. All'interno di questi spazi le persone possono essere sottoposte soprattutto a informazioni coerenti con le proprie convinzioni e incontrare più raramente i punti di vista alternativi. Per stabilire se una persona si trovi realmente all'interno di una echo chamber non è sufficiente analizzare il suo comportamento su un singolo social network. Un individuo potrebbe ad esempio interagire prevalentemente con persone ideologicamente simili sulla piattaforma, ma contemporaneamente consultare giornali, televisione o altri mezzi che lo espongono a prospettive diverse. Il concetto di *filter bubble* introdotto da Eli Pariser, attribuisce invece un ruolo più specifico ai meccanismi di personalizzazione delle piattaforme digitali. Gli algoritmi

utilizzati dai motori di ricerca e dai social network selezionano e ordinano i contenuti sulla base di una serie di informazioni relative agli utenti e ai loro comportamenti precedenti. Secondo l'ipotesi della filter bubble questa personalizzazione potrebbe progressivamente costruire per ciascun individuo un ambiente informativo specifico, nel quale vengono privilegiati i contenuti presumibilmente compatibili con i suoi interessi e orientamenti, riducendo l'esposizione a informazioni differenti. La differenza fondamentale riguarda quindi il meccanismo attraverso cui si produce l'isolamento informativo: nel caso delle echo chamber la formazione di un ambiente omogeneo può dipendere anche dalle scelte volontarie degli individui, invece nel caso delle filter bubble l'attenzione è rivolta soprattutto alla selezione automatizzata dei contenuti operata dagli algoritmi. Un aspetto interessante riguarda il ruolo della *self-selection*, ovvero la tendenza degli individui a scegliere in modo autonomo le informazioni alle quali esporsi. Le persone possono infatti preferire notizie e fonti che confermano le proprie opinioni preesistenti e in alcuni casi evitare quelle che potrebbero contraddirle. Questo processo viene ricondotto al fenomeno della *selective exposure*. Le ricerche analizzate da Arguedas et al. (2022) mostrano che la propensione a scegliere i contenuti coerenti con le proprie opinioni non è distribuita allo stesso modo nella popolazione. Questa risulta particolarmente evidente tra gli individui che possiedono convinzioni politiche o ideologiche più forti, sono maggiormente sicuri delle proprie posizioni oppure presentano livelli elevati di interesse e partecipazione politica. La preferenza per informazioni coerenti con le proprie convinzioni non implica necessariamente il completo rifiuto delle informazioni discordanti. L'accesso alle informazioni attraverso motori di ricerca, social network e altre piattaforme digitali può essere associato a una maggiore, seppure modesta, diversificazione delle fonti informative. Gli utenti possono imbattersi incidentalmente in notizie che non avrebbero cercato direttamente oppure ricevere i risultati provenienti da fonti che normalmente non consultano. Perciò l'azione degli algoritmi non sembra produrre in modo sistematico un restringimento dell'ambiente informativo, ma al contrario, in determinate circostanze può aumentare le occasioni di esposizione a fonti diverse. Di conseguenza, nella formazione delle echo chamber potrebbe assumere maggiore importanza la selezione volontaria operata dagli utenti rispetto alla sola personalizzazione algoritmica. L'interazione prevalentemente con persone dalle opinioni simili può avere conseguenze anche sulla forza delle convinzioni individuali, richiamando la teoria della polarizzazione di gruppo, secondo la quale il confronto tra persone che partono da posizioni relativamente simili può rafforzare l'orientamento originario e in alcune circostanze spostare il gruppo verso posizioni più estreme (Cinelli et al. 2021). Una echo chamber può quindi funzionare come un meccanismo di rinforzo sociale delle convinzioni: quando un individuo vede le proprie idee

continuamente condivise e confermate dalle persone con cui interagisce, queste convinzioni possono apparire maggiormente valide e diffuse. Questa dinamica è particolarmente interessante per comprendere il rapporto tra identità sociale e disinformazione. Una determinata informazione non viene valutata necessariamente in maniera isolata, ma può essere inserita all'interno di una narrazione condivisa dalla comunità di appartenenza. Secondo Cinelli et al. 2021, un'altra caratteristica fondamentale riguarda il ruolo in cui le informazioni si diffondono: se gli utenti sono organizzati in gruppi omogenei, un contenuto condiviso da un membro del gruppo tende ad avere maggiori probabilità di raggiungere persone che presentano un orientamento simile. Ne possiamo dedurre che la diffusione dei contenuti sui social media non dipenda esclusivamente dalla loro veridicità, ma un elemento determinante è rappresentato anche dalla selettività nel consumo dell'informazione: le persone non prestano la stessa attenzione a tutti i contenuti disponibili, ma tendono ad orientarsi verso quelli maggiormente coerenti con le proprie convinzioni o con l'ambiente sociale al quale appartengono. Questo crea un terreno favorevole alla persistenza della disinformazione: se una fake news è coerente con la narrazione condivisa da una determinata comunità, può circolare soprattutto tra individui già predisposti ad accettarne il contenuto, venendo ripetutamente condivisa e rafforzata all'interno del gruppo. Ritengo interessante riportare il dibattito italiano sulle vaccinazioni analizzato da Cossard et al. (2020): gli autori hanno individuato strutture differenti nei gruppi contrapposti, ovvero, gli utenti scettici nei confronti dei vaccini tendevano a costituire comunità più piccole ma particolarmente attive e strettamente interconnesse, mentre i sostenitori delle vaccinazioni presentavano la struttura maggiormente gerarchica, organizzate intorno ad alcuni attori considerati autorevoli. In questo senso, le comunità digitali possono contribuire alla persistenza di interpretazioni condivise attraverso processi di *self-selection* e omofilia: gli individui con convinzioni simili entrano in contatto, condividono determinati contenuti e possono contribuire reciprocamente al loro rafforzamento. Le echo chamber destano preoccupazione soprattutto per il loro possibile rapporto con la polarizzazione. La ripetuta esposizione a contenuti coerenti con le proprie posizioni potrebbe infatti rafforzare atteggiamenti già esistenti e accentuare la distanza percepita nei confronti dei gruppi che sostengono opinioni differenti. Possiamo distinguere diverse forme di polarizzazione: quella ideologica riguarda la distanza tra le posizioni sostenute dagli individui su determinate questioni; quella affettiva riguarda invece i sentimenti nei confronti del gruppo opposto (Arguedas et al. 2022). Inoltre, un aspetto particolare relativo alle echo chambers riguarda il fatto che alla fiducia verso il gruppo interno (in-group), si accompagna una sfiducia sistematica nei confronti dell'out-group. Le persone esterne non vengono semplicemente considerate portatrici di opinioni diverse, ma possono

essere rappresentate come soggetti che hanno interesse a mentire, manipolare o nascondere la verità. Questo fenomeno risulta particolarmente evidente nelle teorie del complotto. Nguyen (2020) osserva come alcune narrazioni complottiste possono costruire sistemi nei quali qualsiasi prova contraria viene reinterpretata come parte della stessa cospirazione. La fonte esterna viene accusata di essere coinvolta nella manipolazione e, di conseguenza, la sua smentita perde credibilità.in questa struttura, il sistema di credenze diventa progressivamente auto rinforzante perché ciò che dovrebbe confutarlo viene assorbito e trasformati in un elemento compatibile con la teoria originaria. Il problema quindi non consiste necessariamente nella totale assenza di informazioni corrette, in una echo chamber le persone possono entrare in contatto con smentite, dati scientifici o fonti autorevoli, ma attribuire loro un peso molto ridotto perché provengono da soggetti esterni al proprio sistema di fiducia. La questione quindi non riguarda soltanto quali informazioni vengono viste, ma soprattutto a chi viene riconosciuta l'autorità di stabilire che cosa sia credibile. Il confine tra interno ed esterno non riguarda soltanto opinioni differenti, ma anche la credibilità attribuita alle persone. L'accordo con alcune convinzioni fondamentali può diventare un criterio implicito di appartenenza alla comunità. Chi condivide tali convinzioni viene percepito come affidabile, mentre chi le contesta viene collocato nell'output e screditato. Il risultato di tutto ciò è un circuito nel quale la fiducia verso l'in-group alimenta la sfiducia verso l'out-group e, a sua volta, la sfiducia verso l'esterno aumenta ulteriormente la dipendenza dalle fonti interne.

La distinzione tra Van Bavel e Pereira (2018) propongono un modello della credenza basato sull'identità, secondo cui le persone non valutano sempre le informazioni esclusivamente sulla base della loro accuratezza. Una determinata convinzione può possedere infatti anche un valore sociale e identitario. Mantenere una credenza coerente con il proprio gruppo può contribuire a soddisfare bisogni di appartenenza, status, sicurezza, coerenza morale o condivisione di una visione del mondo. Quando questi obiettivi diventano più importanti dell'obiettivo di essere accurati, le convenzioni possono essere distorte in direzione di ciò che è maggiormente compatibile con l'identità sociale dell'individuo. Questo meccanismo può essere interpretato attraverso la teoria dell'identità sociale. Le persone definiscono se stesse non soltanto sulla base delle proprie caratteristiche individuali, ma anche attraverso l'appartenenza a gruppi sociali. Essere parte di un partito politico, ad esempio, può diventare una componente significativa della propria identità personale. Quando questa appartenenza viene resa particolarmente saliente, gli individui tendono maggiormente a comportarsi, provare emozioni e formulare giudizi coerenti con le norme e le aspettative del gruppo. La distinzione tra in-group e out-group assume un ruolo centrale: le persone tendono a considerare il proprio gruppo come un punto di riferimento

affidabile, mentre chi appartiene ad un gruppo contrapposto può essere percepito come meno competente, meno razionale o maggiormente influenzato da pregiudizi. Gli autori Van Bavel e Pereira (2018) richiamano a questo proposito il concetto di *naive realism*, ovvero gli individui tendono a pensare di osservare la realtà in modo oggettivo e, quando qualcuno arriva a conclusioni differenti, possono interpretare tale disaccordo come prova del fatto che l'altro sia disinformato o distorto. Questo può contribuire a intensificare il conflitto tra gruppi e rendere più difficile raggiungere una comprensione condivisa dei fatti. L'appartenenza a un gruppo può quindi diventare talmente importante da incidere persino sul contenuto delle opinioni. Possiamo ricavarne che l'etichetta sociale della fonte può diventare una scorciatoia nella valutazione dell'informazione, e a questo si associano due possibili spiegazioni. Da una parte l'appartenenza politica può funzionare come un'euristica: se il proprio partito politico, ad esempio, sostiene una determinata posizione, l'individuo può assumere che quella posizione sia corretta senza valutarla approfonditamente. Dall'altra parte, può intervenire un processo più attivo di *identity-protective reasoning*, ovvero un ragionamento finalizzato proteggere la propria identità. Questo meccanismo è molto rilevante per comprendere la credenza nelle fake news: quando una determinata informazione minaccia una convinzione collegata all'identità del soggetto, l'individuo può essere motivato a cercare argomenti che permettano di respingerla oppure a svalutare la fonte da cui proviene. In questo modo, la capacità di ragionare non garantisce necessariamente maggiore oggettività. L'identità partitica può inoltre interferire con processi che vanno oltre il semplice ragionamento consapevole. Alcune ricerche mostrano che essa può influenzare persino la memoria. Le persone risultano più propense a ricordare erroneamente eventi falsi quando questi sono compatibili con la propria identità politica. Allo stesso modo possiamo osservare preferenze implicite per proposte provenienti da membri del proprio in-group, indipendentemente dal contenuto effettivo delle proposte stesse. Un altro concetto importante è quello di dissonanza cognitiva: quando un'informazione entra in contrasto con convinzioni strettamente legate alla propria identità può generare una condizione psicologicamente spiacevole. Per ridurre questo disagio, l'individuo può modificare il proprio modo di interpretare l'evidenza anziché mettere in discussione il gruppo al quale appartiene. Davanti a un fallimento o ha un'informazione negativa riguardante il proprio partito, alcune persone possono rafforzare il proprio sostegno invece di ridurlo. Analizzando i fattori sociali e identitari possiamo notare come il complottismo non implichi soltanto una spiegazione degli eventi, ma spesso identifica chiaramente un "noi" minacciato e un "loro" considerato responsabile. La situazione di crisi può quindi accentuare la contrapposizione tra in-group e out-group, alimentando la diffidenza nei confronti dei gruppi percepiti come potenti, ostili o

estranei. Alla base di questo processo vi sono tre esperienze psicologiche: incertezza, paura e sensazione di perdita di controllo. Gli individui hanno normalmente bisogno di percepire il proprio ambiente come sufficientemente prevedibile e comprensibile. Sapere cosa aspettarsi consente di prendere decisioni, riconoscere i pericoli e organizzare il proprio comportamento. Le crisi compromettono questa sensazione perché rendono il futuro meno prevedibile e possono produrre ansia e insicurezza. È però importante sottolineare un apparente paradosso: anche se le teorie del complotto possono nascere come tentativo di ridurre l'incertezza e dare un senso agli eventi, non necessariamente riescono a ristabilire una reale sensazione di controllo. Si può quindi creare una sorta di circuito: la crisi produce paure e perdita di controllo; la persona cerca una spiegazione e può aderire a una teoria del complotto; quest'ultima descrive spesso il mondo come controllato da forze potenti, segrete e malevole, contribuendo così ad alimentare ulteriormente paure impotenza (Van Prooijen & Douglas, 2017). Metzger e Flamagin (2013) sottolineano come la diffusione dei media digitali abbia profondamente modificato il modo in cui gli individui entrano in contatto con le informazioni e ne valutano l'attendibilità. In passato infatti il processo di valutazione dell'informazione era in parte facilitato dall'esistenza di intermediari riconosciuti, come esperti, professionisti, giornalisti o altre figure considerate autorevoli. La reputazione della fonte permetteva quindi di ridurre l'incertezza relativa all'attendibilità di un determinato contenuto. Con Internet si è invece verificato un progressivo processo di disintermediazione: molte informazioni arrivano direttamente agli individui senza essere necessariamente sottoposte al controllo di intermediari tradizionali (Metzger & Flamagin, 2013). La credibilità può essere intesa come il grado in cui una fonte viene percepita come degna di essere creduta. Tradizionalmente questa valutazione è stata ricondotta soprattutto a due caratteristiche: la competenza della fonte e la sua affidabilità.

3.5 Resistenza alla correzione

Una constatazione apparentemente semplice ma psicologicamente molto rilevanza sostiene che nella vita quotidiana capiti spesso di apprendere informazioni che in un secondo momento vengono smentite o corrette. In teoria, una volta ricevuta la correzione, dovremmo riuscire ad eliminare l'informazione falsa dal nostro ragionamento e comportarci come se non l'avessimo mai appresa. In realtà, numerose ricerche hanno mostrato che questo non sempre accade. Un'informazione ormai screditata può continuare ad influenzare inferenze, giudizi e interpretazioni successive anche quando la persona sa che non è più valida (Johnson & Seifert, 1994). Una volta che viene acquisita una falsa informazione, correggerla non significa

necessariamente eliminarne l'influenza. Una notizia può essere smentita, ritirata o dichiarata esplicitamente falsa e continuare comunque ad orientare successivamente giudizi, ricordi e inferenze. È proprio questa persistenza a rendere la misinformation particolarmente problematica. È importante inoltre distinguere la misinformation dalla semplice ignoranza: non possedere un'informazione e possedere un'informazione falsa non sono infatti condizioni equivalenti. Una persona consapevole di non sapere qualcosa può riconoscere l'incertezza e utilizzare alcune strategie per prendere una decisione. Chi possiede invece una credenza errata può avere una convinzione molto forte e agire sulla base di essa Per questo motivo la misinformation può produrre effetti particolarmente gravi: non genera soltanto una lacuna di conoscenze, ma fornisce un modello alternativo della realtà che può essere difeso con sicurezza. Uno dei punti di partenza della spiegazione cognitiva proposta da Lewandowsky et al. (2021) riguarda il fatto che gli esseri umani tendono in condizioni normali a partire da una sorta di presunzione di veridicità. Nella comunicazione quotidiana si presume generalmente che l'interlocutore stia cercando di fornire informazioni pertinenti e sincere. Per questo il sistema cognitivo non tratta automaticamente ogni nuovo messaggio, come potenzialmente falso. Secondo alcune prospettive, comprendere una posizione richiede addirittura una sua temporanea accettazione, mentre il successivo rifiuto richiede uno sforzo cognitivo aggiuntivo. Sospendere il giudizio o respingere immediatamente un'informazione diventa più probabile quando il messaggio appare chiaramente implausibile, quando esiste già una forte diffidenza verso la fonte oppure quando l'individuo dispone di sufficiente attenzione e motivazione per analizzarlo criticamente. In assenza di queste condizioni, l'informazione può essere incorporata con relativa facilità. Quando le persone valutano consapevolmente se credere o meno a qualcosa, tendono a prendere in considerazione soprattutto alcuni elementi: compatibilità con le convinzioni già possedute, coerenza interna della storia, credibilità della fonte e consenso sociale percepito. Il primo elemento è particolarmente importante. Una nuova informazione viene accettata più facilmente quando è coerente con ciò che la persona ritiene già Vero. Una volta integrata in una rete più ampia di conoscenze e convinzioni diventa progressivamente più difficile modificarla, perché rimuoverla richiederebbe di ristrutturare numerose altre inferenze collegate. In altre parole, una credenza falsa non rimane necessariamente isolata: può essere integrata in un sistema di convinzioni più complesso e acquisire sostegno dagli altri elementi presenti in quel sistema. Le persone non valutano soltanto singoli fatti, ma cercano di costruire storie coerenti. Un'informazione appare più plausibile quando si inserisce bene in una rappresentazione più ampia dell'evento, senza generare contraddizioni. Una narrazione coerente è inoltre più facile da ricordare rispetto a un insieme frammentato di informazioni.

Questo elemento diventa fondamentale per comprendere la resistenza alle correzioni: una fake news può infatti fornire una spiegazione semplice e causalmente completa di un evento. Quando viene successivamente eliminata, la persona non perde soltanto un singolo dato, ma può perdere un elemento importante della storia attraverso cui aveva interpretato l'accaduto (Lewandowsky et al. 2012). È quindi possibile che la persona continui a recuperare la falsa informazione perché, nonostante sia stata smentita, essa rimane l'elemento che meglio permette di collegare tra loro le diverse parti della storia. Il bisogno di mantenere una rappresentazione coerente può quindi entrare in conflitto con la correzione (Johnson & Seifert, 2021). Un concetto di fondamentale importanza nell'analisi del fenomeno è il *continued influence effect*, cioè il fenomeno per cui una falsa informazione continua a influenzare ragionamenti e giudizi anche dopo essere stata esplicitamente corretta. Gli esperimenti classici utilizzano spesso una narrazione relativa a un incendio in un magazzino: viene comunicato che un cortocircuito si è verificato vicino a un armadio che presumibilmente conteneva barattoli di vernice e bombole di gas pressurizzato. Questi materiali costituiscono una spiegazione molto plausibile di alcune caratteristiche dell'incendio, come la sua intensità o la produzione di fumo tossico. Successivamente, però, viene comunicato che l'informazione era sbagliata e che l'armadio era in realtà vuoto. Nell'esperimento viene manipolato soprattutto il momento della correzione: in una condizione la smentita riva immediatamente dopo la falsa informazione; in un'altra arriva solo dopo cinque ulteriori messaggi. È presente anche un gruppo di controllo che non riceve mai l'informazione falsa. La logica è molto chiara: se il continued effect derivasse in modo esclusivo dalla difficoltà di correggere inferenze già formulate prima della smentita, il gruppo che riceve la correzione immediata dovrebbe mostrare un'influenza molto minore della falsa informazione. Avendo ricevuto quasi subito la rettifica, i partecipanti avrebbero infatti avuto pochissimo tempo per elaborare il dato falso e costruire inferenze basate su di esso. I risultati però non vanno in questa direzione. I partecipanti continuano a utilizzare la falsa informazione sia quando la correzione arriva rapidamente sia quando arriva più tardi. Nei due esperimenti non emerge una differenza significativa tra correzione immediata e ritardata, mentre entrambi i gruppi risultano molto più influenzati rispetto al gruppo che non aveva mai ricevuto la misinformation. Il risultato è particolarmente importante perché suggerisce che la persistenza della misinformation non deriva soltanto da inferenze costruite prima della correzione, anche dopo aver ricevuto la smentita, le persone sembrano essere in grado di recuperare l'informazione falsa e utilizzarla per effettuare nuove inferenze (Johnson & Seifert, 1994). Una delle principali spiegazioni del continued influence effect riguarda i modelli mentali costruiti dalle persone per comprendere gli eventi. Quando riceviamo una serie di informazioni,

cerchiamo di organizzarle in una rappresentazione causale coerente. Se inizialmente ci viene detto che l'incendio è stato causato da materiale infiammabile, quell'informazione assume una funzione specifica: spiega perché l'evento si è verificato. Se successivamente ci viene semplicemente detto che i materiali non erano presenti, la correzione elimina una parte fondamentale della spiegazione ma non fornisce necessariamente qualcosa con cui sostituirla. La persona rimane quindi con un vuoto causale. L'evento continua ad avere bisogno di una spiegazione e paradossalmente la vecchia informazione falsa può risultare psicologicamente più utile di nessuna spiegazione. Per questo gli individui possono continuare a utilizzarla pur sapendo che è stata smentita. Un'altra spiegazione riguarda i meccanismi di memoria. Le persone possono ricordare correttamente un'informazione, ma attribuirla alla fonte o al momento sbagliato. Quando la falsa informazione viene recuperata automaticamente dalla memoria è necessario un controllo ulteriore per ricordare che essa non sia più valida. Questo processo richiede risorse cognitive: se l'individuo è distratto, sotto carico cognitivo o non ricorda bene il contesto, la vecchia informazione può tornare ad influenzare il ragionamento. La familiarità rappresenta un'altra spiegazione fondamentale: ripetere una frase e la rende più facile da elaborare e può aumentare la probabilità che venga percepita come vera. Questo crea un problema evidente per le smentite, ovvero che per correggere una falsa informazione è spesso necessario ripeterla. A questo punto ci chiediamo come si possa ridurre il continued influence effect. Una prima strategia consiste nel fornire un avvertimento preventivo. Avvisare le persone prima dell'esposizione che stanno per incontrare informazioni potenzialmente ingannevoli può aumentare la vigilanza e indurle a elaborare il contenuto con maggiore attenzione. L'avvertimento sembra essere più efficace quando precede la misinformation rispetto a quando viene fornito successivamente. Un'altra possibilità è rafforzare o ripetere la correzione, tuttavia, la ripetizione non costituisce una soluzione perfetta. Può essere utile quando anche la misinformation è stata incontrata ripetutamente, ma non elimina necessariamente l'effetto residuo e soprattutto può diventare controproducente se per ripetere la correzione viene continuamente ripetuto anche il mito. La strategia più promettente consiste invece nel fornire una spiegazione alternativa: se la smentita crea un vuoto nel modello mentale, occorre riempire tale vuoto attraverso una nuova spiegazione causalmente plausibile. Non è tuttavia sufficiente proporre una qualsiasi alternativa, la nuova spiegazione deve essere coerente con gli aspetti fondamentali dell'evento, spiegare ciò che la misinformation spiegava e, quando possibile, chiarire anche perché l'informazione falsa fosse inizialmente sembrata plausibile. La correzione diventa ancora più difficile quando la falsa informazione è collegata alla *worldview*, cioè alla visione del mondo, ai valori o all'identità dell'individuo. Le persone tendono ad

accettare più facilmente informazioni compatibili con le proprie convinzioni e a essere più critiche verso quelle che minacciano. Una falsa informazione coerente con il proprio orientamento può quindi essere acquisita più facilmente e, una volta acquisita, risultare più resistente alla correzione. Gli autori Lewandowsky et al (2021), inoltre, richiamano il fenomeno del *motivated skepticism*: le persone possono valutare senza particolare severità le argomentazioni che sostengono ciò che già pensano, mentre sottopongono a un esame molto più critico quelle che provengono dalla posizione opposta. Per aumentare l'accettazione delle correzioni, le si può formulare in modo da ridurre il conflitto con la visione del mondo del destinatario. Una stessa informazione può essere infatti percepita diversamente a seconda del modo in cui viene presentata. Una strategia consiste nel framing compatibile con i valori dell'audience. Se la soluzione proposta a un problema può essere presentata in termini coerenti con i valori fondamentali del destinatario, la persona può diventare più disponibile ad accettare anche le evidenze che inizialmente percepiva come minacciose. Un altro elemento protettivo è rappresentato da uno scetticismo sano: sono una persona viene indotta a interrogarsi sull'origine sulle motivazioni di un'informazione già nel momento in cui la riceve, diventa meno vulnerabile alla misinformation (Lewandowsky et al., 2021).

Gli autori Walter e Tukachinsky (2020) non si limitano a chiedersi se una correzione sia migliore dell'assenza di correzione, ma confrontano le persone che hanno ricevuto prima una falsa informazione e successivamente una smentita, con persone che non sono mai state esposte alla misinformation. Questo consente di verificare se la correzione sia davvero capace di riportare le credenze a livello iniziale, come se la falsa informazione non fosse mai stata incontrata. Se dopo la correzione rimane una differenza rispetto al gruppo ma esposto, quella differenza costituisce una misura del continued influenze effect. I risultati complessivi e elaborati dagli autori confermano l'esistenza del fenomeno, ma introducono anche un'importante precisazione: l'informazione falsa continua ad avere un effetto piccolo ma statisticamente significativo anche dopo la correzione. Ciò significa che le smentite funzionano, ma non sempre riescono a cancellare completamente l'impatto delle informazioni iniziali. Bisogna inoltre distinguere tra correzione ad alta coerenza, che offrono dettagli, una spiegazione alternativa o chiariscono l'origine dell'errore, e correzione a bassa coerenza, che si limitano sostanzialmente a dichiarare falsa l'informazione precedente. Un risultato molto chiaro riguarda invece l'equivalenza tra la fonte della misinformation e quella della correzione. Quando la stessa fonte che aveva inizialmente fornito le informazioni false, interviene successivamente per correggerla, il continued influence effect e risulta più debole. Al contrario, quando la smentita proviene da una fonte differente, la vecchia informazione tende a persistere

maggiormente. Una possibile spiegazione è che l'ammissione diretta dell'errore elimini una fonte di conflitto. Se il soggetto che aveva diffuso una determinata informazione dichiara di essersi sbagliato, il destinatario ha meno ragioni per interpretare la correzione come frutto di una disputa tra soggetti portatori di interessi diversi (Walter & Tukachinsky, 2020).

CAPITOLO 4. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E SCIENTIFICA DURANTE LA PANDEMIA: CRISI DI FIDUCIA E OPPORTUNITA' MANCATE

4.1 Comunicazione istituzionale durante l'emergenza Covid

Durante un'emergenza sanitaria di portata globale come quella determinata dal COVID-19, la comunicazione ha assunto un ruolo centrale della gestione della crisi. Le misure adottate per contenere la diffusione di una malattia infettiva, infatti, non posso produrre gli effetti desiderati se non vengono comprese e, almeno in una certa misura, accettate dalla popolazione. Secondo Maleki et al. (2021) una comunicazione di crisi accuratamente pianificata può contribuire concretamente alla prevenzione e al contenimento di una pandemia, favorendo l'adesione dei cittadini alle misure preventive, riducendo paure e ansia e aumentando l'efficacia degli interventi sanitari. La comunicazione istituzionale durante una crisi sanitaria non dovrebbe quindi essere considerata semplicemente come un'attività attraverso cui diffondere informazioni tecniche. Comunicare significa anche creare le condizioni affinché i cittadini comprendano il significato delle misure adottate e sappiano quali comportamenti mettere concretamente in pratica. L'esperienza pandemica mostra l'importanza di una comunicazione istituzionale e capace non soltanto di informare, ma anche di spiegare chiaramente le ragioni alla base delle decisioni adottate. Misure particolarmente invasive nella vita quotidiana, come il distanziamento sociale e l'isolamento, possono essere percepite negativamente soprattutto quando i cittadini non ritengono di essere personalmente esposti a un rischio elevato. Un esempio significativo delle difficoltà incontrate nella comunicazione pubblica riguarda le indicazioni relative alle mascherine: nelle prime fasi della pandemia, alcuni esperti ne sconsigliarono l'impiego generalizzato da parte della popolazione, sulla base delle conoscenze allora disponibili. Successivamente, con l'acquisizione di maggiori informazioni sulle modalità di trasmissione del virus, le raccomandazioni cambiarono. Questo mutamento ebbe effetti differenti: per alcuni cittadini la possibilità di utilizzare una mascherina rappresentava uno strumento attraverso cui esercitare un maggiore controllo sulla propria esposizione al contagio, altri invece, interpretarono il cambiamento delle indicazioni con confusione, stress o irritazione. Un ulteriore problema deriva dalla possibile presenza di messaggi discordanti provenienti da diversi livelli istituzionali: in un contesto già caratterizzato da una forte pressione economica e sociale, queste differenze potevano rendere ancora più difficile comprendere quale comportamento fosse effettivamente necessario (Maleki et al., 2021). La pandemia ha inoltre mostrato come la comunicazione istituzionale debba adattarsi continuamente all'evoluzione della crisi. Le esigenze informative presenti all'inizio di un'emergenza non coincidono

necessariamente con quelle che emergono nelle fasi successive. Il COVID-19, in particolare, è stato caratterizzato da differenti fasi epidemiche e dalla continua acquisizione di nuove conoscenze, rendendo necessario modificare progressivamente i messaggi rivolte alla popolazione. A questo proposito sono state elaborate delle indicazioni dall'Organizzazione Mondiale della Sanità e dai *Centers for Disease Control and Prevention*, che prevedono l'adattamento della comunicazione alle diverse fasi di una crisi, dalla fase precedente all'emergenza fino alla gestione della crisi e al periodo successivo. Nonostante la necessità di adattare continuamente i contenuti, alcuni principi fondamentali della comunicazione rimangono validi durante tutte le fasi dell'emergenza. In particolare, i messaggi dovrebbero essere chiari, semplici e adeguati alle caratteristiche dei destinatari. Le autorità e gli esperti dovrebbero inoltre conoscere le esigenze informative della popolazione e prestare attenzione alle sue preoccupazioni, anziché limitarsi a una trasmissione unidirezionale delle informazioni. È quindi necessario pianificare preventivamente gli obiettivi della comunicazione, individuare il pubblico di riferimento e costruire messaggi coerenti con le sue necessità (Maleki et al., 2021). La pandemia ha inoltre evidenziato la crescente importanza delle tecnologie digitali nella comunicazione istituzionale. Negli anni precedenti al COVID-19 i social media erano già diventati strumenti rilevanti per le amministrazioni pubbliche, ma durante l'emergenza sanitaria la loro funzione si è ulteriormente rafforzata. Queste piattaforme consentono infatti alle istituzioni di raggiungere rapidamente un numero elevato di cittadini e, contemporaneamente, offrono alla popolazione la possibilità di interagire con le fonti pubbliche (Fissi, Gori & Romolini, 2022). Anche l'Organizzazione Mondiale della Sanità aveva riconosciuto l'importanza di questi strumenti, raccomandandone l'impiego per aumentare l'efficacia delle strategie adottate durante le emergenze sanitarie. I cittadini non utilizzano i social network esclusivamente per finalità personali o ludiche ma vi ricercano sempre più frequentemente informazioni relative alle istituzioni e alle decisioni pubbliche. In presenza di una crisi si aspettano che gli aggiornamenti siano disponibili rapidamente anche su questi canali. I social media permettono quindi alle amministrazioni di comunicare in tempo reale e di rendere accessibili informazioni ufficiali, accurate e direttamente riconducibili alla fonte istituzionale. Proprio la natura delle misure adottate durante la pandemia ha reso particolarmente importante la capacità dell'istituzione di accompagnare le decisioni politiche con un'adeguata attività comunicativa. Limitazione agli spostamenti, chiusure e altre restrizioni non richiedevano soltanto un'applicazione normativa, ma anche una spiegazione capace di favorirne la comprensione e l'accettazione da parte dei cittadini. Durante il COVID-19, le amministrazioni pubbliche hanno dovuto costruire nuove forme di relazioni con la popolazione, cercando di

incrementare il coinvolgimento e di sviluppare modalità di governance capaci di ottenere consenso nei confronti delle regole introdotte per tutelare la salute pubblica (Fissi, Gori & Romolini, 2022). L'esperienza pandemica ha quindi accelerato un processo di trasformazione della comunicazione pubblica già avviato negli anni precedenti. L'utilizzo di strumenti di *e-governance* ha consentito alle amministrazioni di trasferire una parte crescente della propria attività comunicativa nell'ambiente digitale, rendendo possibile una diffusione più rapida delle informazioni e una maggiore continuità nel rapporto con i cittadini anche durante le fasi caratterizzate da lockdown e limitazioni con gli spostamenti. Al Shaher & Radwan (2022) hanno analizzato il caso saudita, nel quale diverse istituzioni governative hanno utilizzato social network e altri strumenti online per comunicare aggiornamenti, restrizioni e indicazioni relative alla pandemia. In particolare, il ministero degli affari esteri viene indicato dagli autori come uno degli organismi che ha fatto maggiormente ricorso agli strumenti di e-governance per mantenere un'efficace comunicazione con la popolazione. Un esempio concreto della crescente digitalizzazione della risposta istituzionale è rappresentato dall'applicazione saudita *Tawakkalna*, sviluppata dalla Saudi Data and Artificial Intelligence Authority. Nelle fasi caratterizzate dal coprifuoco, l'applicazione consentiva di gestire digitalmente i permessi di spostamento per i soggetti autorizzati, facilitando le interazioni tra cittadini, autorità, strutture sanitarie e soggetti privati. Questo esempio evidenzia come durante il COVID-19 la digitalizzazione non abbia riguardato soltanto la comunicazione in senso stretto, ma sia diventata parte dell'intero rapporto tra amministrazione pubblica e cittadini. L'importanza assunta dai canali ufficiali emerge in maniera particolarmente evidente dai risultati dell'indagine condotta da Al Shaher & Radwan (2022) su 350 partecipanti. Alla domanda relativa alla fonte considerata più autentica per ottenere aggiornamenti sul COVID-19, il 43,4% degli intervistati ha indicato gli account social governativi, una percentuale superiore a quella attribuita agli account social privati, ai siti dei canali televisivi, alla stampa, alla radio, alle piattaforme informative e alle informazioni provenienti da amici e parenti. All'interno dello stesso sistema istituzionale, tuttavia, non tutte le fonti venivano considerate allo stesso modo. Tra gli account governativi analizzati quello del ministero della salute risultava il più consultato e considerato affidabile: il 51,7% dei partecipanti lo indicava come principale fonte istituzionale, seguito dal ministero degli affari esteri con il 19,4% e dal ministero dell'istruzione con il 12,9%. Questo risultato ci suggerisce che in una crisi sanitaria la provenienza istituzionale del messaggio assume un peso importante e che le autorità direttamente competenti nella gestione della salute possono diventare interlocutori privilegiati della popolazione. I social media hanno inoltre consentito alle autorità di diversificare le forme attraverso cui presentare

le informazioni. La comunicazione istituzionale digitale non era infatti costituita esclusivamente da testi, ma poteva integrare immagini, video, infografiche, collegamenti verso altre istituzioni sanitarie e contenuti dedicati alla sensibilizzazione (Al Shaher & Radwan, 2022). Nell'analisi del fenomeno risulta interessante analizzare il caso italiano studiato da Fissi, Gori & Romolini (2022), che individua il fatto che le amministrazioni utilizzavano il social network Facebook soprattutto per aggiornare i cittadini sull'evoluzione dell'emergenza, spiegare come limitare il rischio di contagio e comunicare le iniziative introdotte per affrontare le conseguenze sanitarie, economiche e sociali della pandemia. L'obiettivo non era soltanto quello di informare, ma anche dimostrare concretamente ciò che le istituzioni stavano facendo per gestire la situazione. Gli autori individuano complessivamente sei differenti tipologie di comunicazione istituzionale: la costruzione del consenso, la diffusione di informazioni sulla crisi, il ricorso a portavoce per rafforzare la credibilità, la comunicazione delle azioni e degli interventi intrapresi, l'ascolto dei cittadini e il contrasto alle informazioni false. La regione Emilia-Romagna, ad esempio, pubblicava aggiornamenti relativi al numero di casi positivi, guarigioni, ricoveri e pazienti in terapia intensiva; la regione Veneto utilizzava Facebook per spiegare ai cittadini come richiedere contributi economici e accedere alle misure di sostegno; la regione Lombardia ricorreva alle dirette Facebook per aggiornare la popolazione, mentre la regione Piemonte utilizzava anche personaggi pubblici come parte delle proprie iniziative comunicative. Particolarmente interessante è il ricorso alle dirette streaming, attraverso le quali alcune amministrazioni cercarono di superare una comunicazione esclusivamente verticale ed instaurare un rapporto più immediato con la popolazione. Questo strumento consentiva ai cittadini non soltanto di ricevere informazioni in tempo reale, ma anche di commentare, manifestare dubbi, esigenze e difficoltà. Il passaggio dalla comunicazione top-down a una logica maggiormente partecipativa rappresenta uno degli aspetti centrali dell'analisi. Le caratteristiche dei social media rendono infatti possibile un'interazione continua, che può essere mantenuta durante l'intero arco della giornata e permette alle istituzioni sia di distribuire informazioni sia di raccogliere rapidamente le reazioni dei cittadini. Di conseguenza, la comunicazione pubblica digitale non dovrebbe limitarsi a utilizzare nuovi strumenti per replicare le modalità tradizionali di comunicazione unidirezionale, ma dovrebbe sfruttarne le caratteristiche per costruire un maggiore coinvolgimento della popolazione (Fissi, Gori & Romolini, 2022). L'esperienza della pandemia evidenzia la necessità per le amministrazioni pubbliche di non attendere che una crisi raggiunga la sua fase più grave prima di sviluppare una strategia comunicativa strutturata. Al contrario, la comunicazione dovrebbe essere preparata anticipatamente attraverso protocolli, canali e modalità di intervento. È necessario definire

protocolli standard di comunicazione che consentano all'istituzione di informare rapidamente la popolazione e di prevenire comportamenti potenzialmente dannosi. Ciò può richiedere anche lo sviluppo all'interno dell'amministrazione di nuove competenze manageriali relative alla comunicazione digitale e alla gestione del rischio.

Un altro aspetto importante nell'ambito della comunicazione istituzionale riguarda la trasparenza. Secondo Malecki et al. (2021) la credibilità della comunicazione dipende anche dalla sua capacità di distinguere chiaramente ciò che è noto da ciò che ancora non lo è. Durante una crisi caratterizzata da conoscenze in continua evoluzione, presentare le informazioni come definitive può risultare controproducente. Quando nuove evidenze rendono necessario modificare le indicazioni precedenti, il pubblico potrebbe infatti interpretare il cambiamento come prova dell'incompetenza delle autorità, anziché come una normale conseguenza del progresso delle conoscenze. La comunicazione dovrebbe essere inoltre accompagnata da un atteggiamento empatico. Una crisi sanitaria non viene vissuta dalla popolazione soltanto come un problema epidemiologico, ma produce conseguenze concrete sulla vita personale, lavorativa e sociale. Riconoscere apertamente le difficoltà generate dall'emergenza può contribuire a rendere il messaggio istituzionale maggiormente vicino all'esperienza dei cittadini. La pianificazione della comunicazione non può inoltre concludersi con la semplice diffusione di un messaggio. È necessario verificare nel tempo come le informazioni vengono recepite e modificare le strategie qualora queste non producano gli effetti desiderati. È importante sottolineare la necessità di valutare continuamente l'accuratezza e l'efficacia della comunicazione, osservando la risposta del pubblico e adattando linguaggio, contenuti e frequenza degli aggiornamenti. La comunicazione deve infine essere coordinata attraverso i differenti canali utilizzati durante l'emergenza. È importante monitorare contemporaneamente i social media, mezzi di informazione, comunicazioni personali e conferenze stampa, cercando di mantenere una sufficiente coerenza tra i messaggi diffusi.

L'esperienza australiana viene utilizzata dagli autori Hyland-Wood et al. (2021) come uno dei principali punti di riferimento nell'analisi della comunicazione istituzionale. Nelle prime fasi dell'emergenza, i diversi livelli di governo australiani reagirono in maniera relativamente rapida e decisa e si registrò una forte corrispondenza tra le indicazioni provenienti dalla sanità pubblica e le azioni intraprese dai leader politici. Parallelamente una parte consistente della popolazione adottò rapidamente comportamenti preventivi, tra cui il distanziamento fisico. Questo caso viene utilizzato per mostrare quanto l'allineamento tra indicazioni sanitarie, decisioni istituzionali e comportamento collettivo possano assumere importanza nella gestione di un'emergenza. Secondo gli autori, comunicare efficacemente durante una crisi sanitaria

significa creare un processo interattivo nel quale informazioni, opinioni, preoccupazioni e reazioni circolano tra individui, gruppi sociali e istituzioni. La comunicazione pandemica dovrebbe quindi prevedere un coinvolgimento continuativo delle comunità e adattarsi sia all'evoluzione delle conoscenze relative alla malattia sia alle caratteristiche sociali e culturali della popolazione e alla trasformazione dell'ambiente comunicativo. Questa impostazione permette di comprendere come la comunicazione non possa essere considerata un'attività accessoria rispetto alle decisioni pubbliche. Al contrario, decisione politica e comunicazione risultano strettamente interdipendenti. Inoltre, è bene sottolineare che non esiste un pubblico completamente omogeneo al quale rivolgere un unico messaggio nello stesso modo. La maniera in cui le persone ricevono e interpretano le comunicazioni sanitarie dipende da molteplici caratteristiche individuali e sociali e dalla disponibilità di risorse. Questi fattori incidono sia sui canali attraverso cui le persone preferiscono ricevere informazioni sia sull'individuazione delle figure considerate autorevoli. Di conseguenza, una strategia istituzionale efficace dovrebbe segmentare i propri destinatari e adattare modalità, contenuti e linguaggi alle caratteristiche di diversi gruppi sociali, anziché presupporre l'esistenza di un destinatario universale. Durante un'emergenza, i cittadini devono poter comprendere con facilità quali comportamenti adottare e quali evitare: le comunicazioni dovrebbero pertanto contenere indicazioni concrete, specifiche e immediatamente traducibili in azioni quotidiane, evitando formulazioni inutilmente complesse o ambigue. A questa chiarezza deve accompagnarsi la coerenza. In una pandemia caratterizzata da una situazione epidemiologica in continua evoluzione, una certa variazione dei messaggi può essere inevitabile, soprattutto quando territori differenti adottano misure diverse. Ciò nonostante in un determinato momento le istituzioni dovrebbero cercare di utilizzare terminologie e indicazioni quanto più uniformi possibili e questo richiede coordinamento tra governo nazionale, autorità territoriali e differenti canali di comunicazione. Messaggi contrastanti provenienti da soggetti istituzionali differenti rischiano infatti di rendere più difficile per la popolazione comprendere quali comportamenti siano effettivamente richiesti. Perciò la comunicazione dovrebbe essere il risultato di una strategia coordinata, nella quale differenti istituzioni utilizzano, quando possibile, terminologie condivise e posizioni comuni (Hyland-Wood et al., 2021). Un altro elemento importante è la regolarità della comunicazione: la popolazione non dovrebbe ricevere informazioni soltanto quando vengono adottati i provvedimenti particolarmente rilevanti, ma dovrebbe poter contare su un flusso informativo relativamente stabile. Uno dei contributi più interessanti nell'articolo di Hyland-Wood et al. (2021) riguarda la critica al *deficit model*, ovvero una concezione della comunicazione nella quale l'istituzione possiede le informazioni e ha semplicemente il compito

di trasferirle a una popolazione considerata sostanzialmente passiva. Secondo questa impostazione tradizionale, il problema comunicativo sarebbe essenzialmente quello di "educare" un pubblico privo delle conoscenze necessarie. Vengono evidenziati i limiti di questa prospettiva, in quanto tende a considerare la popolazione come un insieme omogeneo e trascura il valore delle esperienze, delle conoscenze locali e delle esigenze concrete dei cittadini. Al contrario, un reale coinvolgimento degli stakeholder permette alle istituzioni di comprendere meglio le conseguenze delle decisioni adottate e può favorire una maggiore cooperazione nell'attuazione delle misure. Un ulteriore principio individuato dagli autori riguarda la credibilità di chi comunica. Non è sufficiente che l'informazione sia corretta: anche la persona o l'organizzazione incaricata di trasmetterla può influenzare il modo in cui viene recepita. Per questa ragione durante una pandemia può essere utile affiancare ai rappresentanti politici figure dotate di competenze specifiche, come esperti medici e responsabili della sanità pubblica. Una leadership comunicativa efficace dovrebbe ascoltare le preoccupazioni della popolazione, riconoscere apertamente le difficoltà affrontate e manifestare attenzione nei confronti del benessere collettivo.

Durante una crisi sanitaria caratterizzata da conoscenze incomplete diventa fondamentale adottare una comunicazione in grado di distinguere chiaramente le informazioni consolidate da quelle ancora in fase di definizione. Finset et al., (2020) sottolineano la necessità di dichiarare apertamente ciò che si conosce e ciò che, invece, rimane ancora incerto, mantenendo il più possibile la comunicazione ancorata ai dati disponibili e alle fonti attendibili. Accanto alla correttezza, anche Finset et al. (2020), evidenziano la necessità che i messaggi siano specifici, coerenti e facilmente comprensibili. Anche quando esistono ancora molti interrogativi, una comunicazione eccessivamente vaga rischia di aumentare eccessivamente le difficoltà dei cittadini nel comprendere la situazione. Informazioni contraddittorie, incomplete, troppo complesse e poco precise possono rendere più difficile interpretare il significato degli eventi e stabilire quale comportamento adottare. Per questo motivo sarebbe ottimale usare un linguaggio semplice e non ambiguo e garantire per quanto possibile una continuità nei messaggi diffusi. Un ulteriore elemento riguarda il numero dei portavoce: una moltiplicazione eccessiva delle figure incaricate di comunicare può favorire la circolazione di versioni differenti dello stesso messaggio, mentre un numero più limitato e riconducibile di interlocutori può facilitare la coerenza della comunicazione. La comunicazione pubblica dovrebbe inoltre riconoscere apertamente la dimensione emotiva dell'emergenza. Messaggi esclusivamente tecnici e distaccati rischiano di non tenere conto dell'esperienza vissuta dai destinatari. La paura rappresentava una reazione comprensibile davanti a una nuova malattia, percepita come

altamente contagiosa e potenzialmente letale. Per questo motivo ignorare le preoccupazioni della popolazione non era sufficiente ad eliminarle; al contrario, riconoscerle esplicitamente poteva contribuire a renderle più gestibili. È importante sottolineare la rilevanza dei richiami alla solidarietà e all'azione collettiva. Sebbene le misure di quarantena e distanziamento abbiano determinato una separazione fisica senza precedenti tra le persone, la comunicazione pubblica poteva nello stesso tempo cercare di rafforzare la percezione di far parte di uno sforzo comune. I leader politici e istituzionali svolgono un ruolo importante in questa costruzione simbolica della risposta collettiva, perché attraverso i propri comportamenti e i propri messaggi possono sottolineare l'esistenza di una responsabilità condivisa. In questo scenario il comportamento delle figure istituzionali assume una funzione comunicativa: leader politici, esperti e professionisti sanitari non comunicano esclusivamente attraverso dichiarazioni ufficiali, ma anche attraverso il proprio modo di comportarsi e di rappresentare pubblicamente le misure richieste alla popolazione. Figure riconosciute che mostrano concretamente di adottare determinate condotte possono funzionare da modello e contribuire alla loro normalizzazione. Il richiamo alla responsabilità collettiva risulta pertanto più efficace quando viene accompagnato da una coerenza visibile tra ciò che le autorità chiedono ai cittadini e ciò che esse stesse fanno (Finset et al., 2020).

4.2 Incertezza scientifica e comunicazione del rischio

Secondo Fissi et. al (2022), la comunicazione del rischio può essere intesa come un processo attraverso il quale vengono scambiate informazioni riguardanti la natura, l'entità e le modalità di gestione di una determinata minaccia. Nel caso di una pandemia, questo processo assume una funzione particolarmente importante perché le istituzioni devono contemporaneamente informare la popolazione sui pericoli esistenti e indicare i comportamenti necessari per ridurre la probabilità di contagio. Non si tratta solamente di comunicare l'esistenza di un'emergenza, ma anche di fornire indicazioni operative relative alle misure preventive, ai comportamenti individuali, ai sintomi e alle modalità attraverso cui affrontare la situazione. La comunicazione del rischio dovrebbe inoltre configurarsi come uno scambio interattivo e multilivello tra istituzioni e cittadini, piuttosto che come una semplice trasmissione unidirezionale di informazioni. Alla base di questo approccio vi è il principio secondo cui, in una situazione di emergenza sanitaria, i cittadini hanno il diritto di ricevere tempestivamente le informazioni disponibili. Per analizzare il fenomeno della comunicazione del rischio, Fissi et al. (2020) adottano come riferimento il *Crisis and Emergency Risk Communication model* (CERC), un

modello che considera la comunicazione come un'attività destinata a modificarsi in relazione alle differenti fasi attraversate da una crisi. Il CERC distingue cinque momenti: precrisi, evento iniziale, mantenimento, risoluzione e valutazione. A ciascuno di essi corrispondono differenti esigenze comunicative. Nella fase precedente alla crisi è necessario prepararsi, sviluppare raccomandazioni condivise, creare alleanze e individuare portavoce credibili; quando l'emergenza si manifesta, invece, diventa essenziale spiegare rapidamente il rischio, informare sulle risposte adottate, mostrare empatia e promuovere i comportamenti necessari. Nella fase di mantenimento, infine, la comunicazione deve diventare continuativa e adattarsi alle differenti esigenze informative della popolazione. Nella fase di precrisi la comunicazione dovrebbe concentrarsi su messaggi relativi a rischio, avvertimenti e preparazione; durante l'evento iniziale dovrebbe invece essere rapida e orientata a ridurre l'incertezza, rassicurare e rafforzare la capacità di cittadini di adottare comportamenti adeguati. Nella fase di mantenimento, queste attività devono proseguire verso aggiornamenti rivolti sia alla popolazione generale sia ai corpi maggiormente interessati. Seguono poi la fase di risoluzione, nella quale vengono forniti aggiornamenti sul superamento dell'emergenza, e quella di valutazione, dedicata all'analisi dell'adeguatezza della risposta e all'individuazione degli insegnamenti ricavati dalla crisi. Per comprendere appieno le diverse fasi appena descritte, ritengo interessante inserire lo studio effettuato da Šošić, Radenković & Lelićanin (2022) sulle campagne audiovisive ufficiali del Governo italiano realizzate tra il 2020 e il 2021, interpretandole attraverso il CERC. Un primo momento particolarmente interessante è quello precedente all'emergenza sanitaria in Italia. Il 7 Febbraio 2020 venne diffuso uno dei primi spot governativi relativi al coronavirus, con protagonista Michele Mirabella, noto conduttore televisivo di programmi dedicati alla salute. La scelta stessa del protagonista appare significativa: l'informazione istituzionale veniva affidata a un volto riconoscibile dal pubblico e associato alla divulgazione sanitaria. Lo spot era ambientato in un contesto quotidiano, apparentemente un ristorante di cucina cinese e utilizzava un tono rassicurante ed empatico. Il messaggio spiegava che l'infezione interessava le vie respiratorie ma, allo stesso tempo, cercava di ridimensionare la percezione della facilità del contagio, sottolineando l'importanza dell'adozione di adeguate misure igieniche. Pochissime settimane dopo, il 21 Febbraio 2020, venne pubblicato un secondo spot con lo stesso protagonista, ma questa volta incentrato sull'igiene delle mani. Anche in questo caso si ricorreva a una situazione estremamente quotidiana: Mirabella veniva mostrato mentre si lavava le mani e spiegava che una maggiore frequenza del lavaggio avrebbe ridotto sia la possibilità di contrarre il virus, sia quella di trasmetterlo ad altre persone. Al termine dello spot, il pubblico veniva indirizzato verso il sito del Ministero della Salute per ottenere ulteriori informazioni e

compariva un messaggio che sintetizzava la dimensione individuale collettiva della prevenzione: proteggere se stessi significava contemporaneamente proteggere gli altri. Questa prima fase della comunicazione governativa era dunque caratterizzata dalla volontà di rendere il rischio comprensibile attraverso comportamenti semplici e immediatamente applicabili nella vita quotidiana. Con la comparsa dei primi casi registrati la comunicazione istituzionale subì però una trasformazione evidente: le precedenti modalità comunicative lasciarono progressivamente spazio a messaggi più diretti, semplici e concentrati sui comportamenti da adottare. La componente narrativa scenografica venne ridotta e l'obiettivo prioritario diventò quello di informare il pubblico sui rischi nella maniera più chiara possibile. Un esempio è rappresentato dallo spot del 27 febbraio 2020 con Amadeus. In questo caso il messaggio istituzionale utilizzava contemporaneamente elementi di vicinanza e indicazioni molto più direttive. Il conduttore si rivolgeva al pubblico attraverso formule inclusive, facendo riferimento a un "noi" collettivo e sottolineando che tutti stavano cercando informazioni sul coronavirus. Successivamente però, introduceva una serie di regole fondamentali che dovevano essere rispettate. Possiamo individuare la presenza contemporanea di due registri comunicativi: uno collaborativo e istruttivo e uno maggiormente autoritario e direttivo. Il cambiamento rispetto alle campagne precedenti evidenzia il passaggio a una fase più seria della crisi, nella quale era necessario ottenere una risposta comportamentale rapida da parte dei cittadini. Anche in questa fase rimaneva comunque centrale il riferimento al Ministero della Salute come fonte autorevole e il messaggio terminava attraverso un richiamo alla collaborazione collettiva e alla possibilità di superare insieme la crisi. Un ulteriore cambiamento si verificò tra la fine di marzo e la fine del 2020, quando la comunicazione entrò nella cosiddetta fase di mantenimento. A questo punto, la popolazione aveva ormai acquisito una conoscenza di base dell'emergenza e delle principali regole di comportamento. Di conseguenza, i messaggi istituzionali iniziarono concentrarsi maggiormente sulla responsabilità personale e sulla necessità di comprendere più profondamente il significato delle misure adottate. In questa fase diventò necessario rivolgersi alla popolazione con una frequenza crescente, con messaggi capaci di rispondere quasi in tempo reale alle preoccupazioni e alle esigenze del momento. Le strategie comunicative abbandonarono progressivamente il carattere strettamente informativo che aveva caratterizzato l'inizio della crisi. È proprio in questo momento che la comunicazione istituzionale assume una componente fortemente emotiva e simbolica. Con l'inizio del 2021 si verifica un ulteriore cambiamento: l'arrivo dei vaccini introduce un nuovo obiettivo nella comunicazione istituzionale, non si tratta più soltanto di convincere le persone a limitare determinati comportamenti, ma anche di promuovere una specifica azione considerata fondamentale per

uscire dalla crisi, cioè la vaccinazione. Le campagne diventarono sempre più elaborate sul piano emotivo e audiovisivo. Ci concentriamo sullo spot 'La stanza degli abbracci', pubblicato il 17 gennaio 2021 e diretto da Giuseppe Tornatore. Lo spot rappresentava l'incontro tra un'anziana donna e la figlia, separate da una barriera di plastica che permette loro di abbracciarsi senza avere un contatto diretto. Questo esempio dimostra come, con il protrarsi della pandemia, la comunicazione governativa del rischio abbia potuto abbandonare almeno in parte la forma puramente descrittiva per adottare strategie narrative ed emozionali più sofisticate. Questa impostazione diventa ancora più evidente nelle campagne vaccinali dell'estate 2021. Il Ministero della Salute realizzò una serie di spot caratterizzati da un ritmo più veloce, musica maggiormente vivace e immagini positive dell'Italia. Cambia soprattutto la prospettiva temporale: mentre le campagne del lockdown guardavano la situazione presente e ai sacrifici che la popolazione stava affrontando, le nuove campagne guardavano al futuro e al ritorno alla normalità. Il tono della comunicazione appare quindi profondamente diverso da quello utilizzato nel febbraio nel marzo 2020. Alla paura e all'urgenza subentrarono progressivamente speranze e ottimismo. L'obiettivo persuasivo rimane presente, ma viene collegato a una rappresentazione positiva del futuro. Uno degli elementi più interessanti che emerge dall'intero studio di Šošić, Radenković & Lelićanin (2022) è dunque la natura dinamica della comunicazione istituzionale del rischio. Le strategie utilizzate dal governo italiano non rimangono costanti durante i diversi mesi della crisi sanitaria, ma cambiano parallelamente alla situazione sanitaria e alle esigenze della popolazione.

Malecki et al. (2021) riprendono un modello tradizionale della comunicazione del rischio che distingue tra *hazard* e *outrage*. Il primo elemento indica sostanzialmente la dimensione oggettiva del pericolo, mentre il secondo riguarda la reazione del pubblico nei confronti di quel pericolo. La percezione di una minaccia sanitaria nasce dall'interazione tra queste due dimensioni. Per questo motivo, fornire dati scientificamente corretti non è sempre sufficiente per ottenere una risposta coerente da parte della popolazione. La comunicazione deve tenere conto anche delle caratteristiche del pubblico al quale si rivolge e del contesto nel quale il messaggio viene ricevuto. Ratcliff et al. (2022) considerano l'incertezza, in termini generali, come una situazione nella quale non sono disponibili conoscenze sufficientemente solide riguardo ai rischi, i benefici o agli sviluppi futuri. Gli autori distinguono due dimensioni che risultano particolarmente utili per comprendere la comunicazione del rischio durante la pandemia: l'incertezza comunicata e l'incertezza sperimentata dagli individui. La prima riguarda la presenza, all'interno di un messaggio, di informazioni che rendono espliciti dubbi, limiti delle conoscenze disponibili o aspetti ancora non chiariti. La seconda riguarda invece la

percezione soggettiva dell'individuo, che può avvertire di non possedere informazioni sufficienti per comprendere una situazione o prendere una decisione. L'incertezza sperimentata può inoltre associarsi a reazioni emotive come preoccupazione e ansia, anche se gli autori sottolineano l'importanza di non considerare l'incertezza e le emozioni negative come concetti equivalenti. Questa distinzione assunse particolare importanza nel caso del COVID-19 perché l'incertezza non derivava esclusivamente dall'assenza di informazioni, ma in molti casi era prodotta anche dalla presenza simultanea di informazioni incomplete, contraddittorie o difficili da interpretare. I cittadini potevano quindi trovarsi di fronte a una quantità elevatissima di contenuti senza che ciò comportasse necessariamente una maggiore comprensione della situazione. Uno dei principali dilemmi evidenziati dalla letteratura riguarda proprio la scelta tra comunicare apertamente l'incertezza e presentare invece informazioni maggiormente definite e rassicuranti. Da una parte numerosi studiosi hanno sostenuto la necessità di adottare una comunicazione trasparente, riconoscendo apertamente ciò che la scienza ancora non conosce. Nascondere l'incertezza può infatti creare aspettative irrealistiche nei cittadini e produrre conseguenze negative quando indicazioni precedentemente presentate come certe vengono poi successivamente modificate. Dall'altra parte comunicare esplicitamente dubbi e limiti delle conoscenze scientifiche però può provocare confusione, diminuire la percezione della competenza delle autorità, rendere le persone più vulnerabili alla disinformazione e, potenzialmente, ridurre l'adesione alle raccomandazioni sanitarie. Il problema perciò non consiste semplicemente nello scegliere tra comunicare o nascondere l'incertezza. La questione centrale riguarda il modo in cui essa viene presentata al pubblico. Diversi contributi analizzati da Ratcliff et al. (2021) sostengono che, nelle emergenze sanitarie future, dovrebbe essere adottato un maggior livello di trasparenza, evitando però sia di offrire una falsa impressione di certezza sia di enfatizzare eccessivamente gli elementi ancora sconosciuti. La comunicazione dovrebbe quindi trovare un equilibrio, consentendo ai cittadini di comprendere i limiti delle conoscenze disponibili senza generare un livello di ambiguità tale da rendere più difficile la valutazione del rischio. La mancata preparazione del pubblico alla possibilità che le indicazioni potessero cambiare sembra aver rappresentato una delle principali criticità della comunicazione pandemica. Alcune ricerche sperimentali sembrano confermare questo problema: Gretton et al. (2021), ad esempio, hanno osservato che presentare le indicazioni sul COVID-19 come cambiate nel corso del tempo, anziché come coerenti, portava i partecipanti statunitensi e canadesi a considerare scienziati e autorità sanitarie meno credibili. Risultati analoghi sono stati rilevati da Rafkin et al. (2021), secondo cui mettere in evidenza i cambiamenti nelle linee guida poteva diminuire la credibilità percepita del governo. Particolarmente interessante è la strategia

del *Forewarning*, che consiste nell'avvertire anticipatamente il pubblico della possibilità che le raccomandazioni possono cambiare. L'idea consiste nel chiarire fin da subito che l'evoluzione delle linee guida è una conseguenza prevedibile dell'acquisizione di nuove evidenze e non necessariamente il risultato di errori o incompetenza. Un'altra strategia consiste nella normalizzazione dell'incertezza scientifica. Invece di presentarla come una situazione eccezionale o come una debolezza della ricerca, il comunicatore può spiegare che un certo grado di incertezza costituisce una componente normale del processo scientifico, soprattutto di fronte a un fenomeno nuovo. L'incertezza può inoltre influenzare il modo in cui gli individui ricercano e utilizzano le informazioni. In linea teorica, percepire di non possedere conoscenze sufficienti dovrebbe spingere una persona a cercare ulteriori informazioni per colmare tale lacuna. Durante la pandemia, tuttavia, questo processo non si è verificato in maniera uniforme. Alcune ricerche hanno osservato un aumento della ricerca di informazioni, mentre altre hanno rilevato comportamenti di evitamento. L'incertezza può produrre ansie e preoccupazione e, a seconda delle caratteristiche individuali della situazione, queste emozioni possono stimolare la ricerca di chiarimenti oppure indurre la persona ad allontanarsi da un ambiente informativo percepito come eccessivamente complesso o stressante. Questa dinamica diventa ancora più significativa se considerata in relazione alla disinformazione. Ratcliff et al. (2022) sottolineano che l'incertezza scientifica e l'ambiente informativo pandemico possono aver creato condizioni favorevoli alla circolazione di contenuti falsi o fuorvianti. Secondo Han et al. (2021) rendere esplicita l'incertezza scientifica costituisce innanzitutto una scelta importante dal punto di vista etico e comunicativo. Una corretta comunicazione del rischio non dovrebbe infatti presentare come certe informazioni che, in realtà, sono ancora provvisorie. La trasparenza sui limiti delle conoscenze scientifiche può contribuire alla responsabilità pubblica, favorire aspettative più realistiche rispetto all'efficacia delle misure di prevenzione e consentire agli individui di prepararsi a differenti possibili sviluppi della situazione. Questa impostazione è coerente anche con le indicazioni lavorate nell'ambito della comunicazione delle emergenze. Le linee guida statunitensi del *Crisis and Emergency Risk Communication* suggeriscono infatti che, nelle situazioni di crisi, il comunicatore dovrebbe distinguere chiaramente ciò che è conosciuto da ciò che non lo è ancora e spiegare quali attività siano in corso per ridurre l'incertezza. Proprio qui emerge uno dei principali problemi della comunicazione dell'incertezza. Se da un lato la trasparenza è necessaria, dall'altro dichiarare apertamente i limiti delle conoscenze disponibili può produrre conseguenze psicologiche indesiderate. L'incertezza può infatti aumentare la percezione del rischio e favorire reazioni quali paura, ansia, preoccupazione, senso di vulnerabilità, impotenza e in alcune circostanze difficoltà nel prendere decisioni. Gli autori Han

et al. (2021) riconducono questo insieme di reazioni al concetto di *ambiguity aversion* (avversione all'ambiguità): si tratta della tendenza delle persone a reagire negativamente alle situazioni nelle quali le informazioni necessarie per valutare un rischio sono incomplete, poco affidabili o difficili da interpretare. L'assenza di informazioni certe può quindi generare non soltanto una valutazione cognitiva più negativa del rischio, ma anche reazioni emotive e comportamentali. Gli effetti dell'incertezza non sono necessariamente identici per tutti gli individui, le persone differiscono infatti nella propria capacità di tollerare situazioni ambigue e, in determinate circostanze, rendere espliciti margini di incertezza può perfino aumentare la fiducia nel messaggio, soprattutto quando il destinatario si aspetta che una certa dose di dubbio sia inevitabile. Nonostante ciò, la difficoltà di prevedere le reazioni del pubblico sembra aver contribuito al fatto che l'incertezza scientifica venga frequentemente comunicate in maniera poco esplicita, tanto dagli esperti quanto dai giornalisti. Le possibili reazioni all'incertezza possono essere sia cognitive sia comportamentali. Quando viene interpretata positivamente, l'incertezza può spingere una persona ad approfondire un argomento, cercare ulteriori informazioni, riflettere maggiormente sul contenuto del messaggio e prendere decisioni più consapevoli. Tuttavia, anche la ricerca di informazioni non conduce necessariamente risultati positivi: se una persona si rivolge a fonti inaccurate o poco attendibili il tentativo di ridurre la propria incertezza può esporla a contenuti fuorvianti. Quando invece l'incertezza viene valutata negativamente, può favorire reazioni quali evitamento, inattività, rinvio delle decisioni e disattenzione (Adams et al., 2024). Adams et al. (2024) hanno approfondito queste dinamiche attraverso un esperimento condotto dal 13 al 19 marzo 2020, immediatamente dopo la dichiarazione della pandemia da parte dell'Organizzazione Mondiale della Sanità. Il momento scelto per la ricerca è particolarmente significativo, poiché l'incertezza sul COVID-19 era ancora estremamente elevata e, in particolare, non erano disponibili evidenze definitive sull'effettiva efficacia del distanziamento sociale. Lo studio ha coinvolto 1186 adulti statunitensi, ai quali sono stati assegnati casualmente diversi messaggi relativi al distanziamento sociale. I messaggi presentavano un livello più basso o più elevato di incertezza e venivano accompagnati da tre differenti tipi di argomentazione: il riferimento al giudizio degli esperti, il richiamo alla minaccia per la sicurezza personale oppure il riferimento alla situazione che il virus aveva già provocato in Italia. L'obiettivo non era soltanto verificare se l'incertezza modificasse direttamente l'intenzione di rispettare il distanziamento sociale. Gli autori volevano anche comprendere attraverso quali processi cognitivi un messaggio incerto potesse influenzare il comportamento. Per questo motivo sono state considerate quattro variabili: l'incertezza percepita dal destinatario, la credibilità attribuita al messaggio, la percezione che il

contenuto fosse eccessivamente enfatizzato e la capacità del messaggio di stimolare una riflessione critica. I risultati fanno emergere una relazione piuttosto complessa: i messaggi caratterizzati da maggiore incertezza aumentavano effettivamente la quantità di incertezza percepita dai partecipanti e questa maggiore percezione risultava, a sua volta, associata a una minore intenzione di adottare il distanziamento sociale. Il risultato più importante dello studio riguarda però il livello di istruzione, in quanto si è analizzato come questo modificasse significativamente il modo in cui le persone reagivano ai messaggi incerti. Tra i partecipanti che possedevano un livello di istruzione pari o inferiore al diploma di scuola superiore, una maggiore presenza di incertezza nel messaggio tendeva a ridurre la credibilità percepita. Questa minore credibilità era a sua volta associata a una diminuzione delle intenzioni di rispettare il distanziamento sociale. Al contrario, tra le persone con un livello di istruzione superiore alla scuola superiore, i messaggi maggiormente incerti favorivano una maggiore riflessione critica che si associava a intenzioni più elevate di adottare il comportamento preventivo. Zhao et al. (2024) sottolineano inoltre che parlare genericamente di "incertezza" può essere fuorviante, perché nei messaggi relativi a una crisi sanitaria essa può riguardare aspetti molto diversi. In particolare è necessario distinguere tra incertezza relativa alla minaccia e incertezza relativa alla soluzione. Nel primo caso il dubbio riguarda le caratteristiche del pericolo stesso: ad esempio, quanto sia contagioso un virus, quanto possa essere grave una malattia o quale probabilità esista di essere colpiti. Nel secondo caso, invece, l'incertezza riguarda ciò che può essere fatto per affrontare il problema, quindi l'efficacia delle misure preventive, dei trattamenti o delle strategie di contenimento. Questa distinzione è importante per la comunicazione del rischio perché le due forme di incertezza non sembrano produrre necessariamente le stesse conseguenze. Dire al pubblico che non è ancora perfettamente chiaro quanto sia pericolosa una determinata minaccia non equivale, dal punto di vista psicologico, a comunicare che non si sa ancora esattamente come affrontarla in modo efficace. La seconda situazione può risultare maggiormente destabilizzante proprio perché mette in discussione la possibilità di esercitare un controllo sulla minaccia (Zhao et al, 2024).

4.3 Crisi di fiducia nelle istituzioni sanitarie e scientifiche

La pandemia di COVID-19 ha posto la comunità scientifica al centro del dibattito pubblico come raramente era accaduto in passato. Scienziati, epidemiologi, medici ed altri esperti sono stati chiamati quotidianamente ad interpretare dati ancora incompleti, formulare previsioni e proporre misure per contenere la diffusione del virus. Questa esposizione pubblica avrebbe

potuto rafforzare la considerazione della scienza, mostrando quanto la ricerca scientifica fosse indispensabile per affrontare una crisi sanitaria globale. Allo stesso tempo, però, la pandemia ha reso particolarmente visibili anche le divergenze tra esperti, l'evoluzione delle evidenze disponibili e le difficoltà nel fornire risposte immediate e definitive. Tutti questi elementi hanno alimentato il dibattito su una possibile erosione della fiducia nei confronti degli scienziati e delle autorità che basavano le proprie decisioni sulle loro indicazioni. Eichengreen et al. (2021) sottolineano la necessità di distinguere chiaramente la fiducia nella scienza dalla fiducia negli scienziati. Una persona può continuare a considerare la ricerca scientifica fondamentale per il progresso della società e per la soluzione delle emergenze sanitarie, ma allo stesso tempo nutrire dubbi sull'onestà, sull'indipendenza o sulla competenza di determinati scienziati. Una crisi di fiducia scientifica non deve necessariamente manifestarsi attraverso un rifiuto generale della scienza: è possibile che la popolazione continui a credere nella capacità della ricerca di produrre vaccini, cure o nuove conoscenze e, allo stesso tempo, mette in discussione le motivazioni o l'affidabilità delle figure che rappresentano pubblicamente quella stessa scienza. Uno degli aspetti più interessanti riguarda proprio gli scienziati che lavorano per aziende private. Il calo di fiducia sembra particolarmente evidente nei loro confronti e questo risultato viene interpretato alla luce della diffusa percezione secondo cui gli scienziati possono essere influenzati da interessi economici, aziendali o governativi. Alcuni cittadini possono infatti considerare gli esperti parte di un'élite e ritenere che le loro conclusioni siano condizionate da interessi personali o da chi finanzia la ricerca. La percezione di eventuali conflitti di interesse diventa un elemento centrale nella costruzione o nell'erosione della fiducia. Se il pubblico sospetta che le conclusioni scientifiche siano influenzate dagli interessi delle aziende farmaceutiche, dei governi o di altri attori economici, la credibilità del singolo esperto può diminuire anche quando la fiducia generale nella scienza rimane relativamente elevata. Nel contesto pandemico questo meccanismo può assumere particolare importanza. Le decisioni relative ai vaccini, ai farmaci, ai dispositivi medici e alle misure di contenimento coinvolgono inevitabilmente istituzioni pubbliche, ricerca scientifica e aziende private. L'assenza di una comunicazione chiara sui finanziamenti, sui conflitti di interesse e sui processi attraverso cui vengono valutate le credenze, può quindi favorire la convinzione che gli scienziati non operino esclusivamente nell'interesse della salute pubblica. Questo meccanismo ci consente di comprendere perché una situazione come quella del COVID-19 possa aver rappresentato un terreno particolarmente delicato per la fiducia nella comunità scientifica. Il rapido susseguirsi di nuove evidenze e la presenza simultanea di opinioni differenti hanno reso visibile una caratteristica ordinaria della ricerca, il suo carattere progressivo e autocorrettivo, ma una parte

del pubblico potrebbe averla percepita come prova dell'incapacità degli esperti di fornire informazioni affidabili. Il rapporto tra esposizione alle epidemie e fiducia negli scienziati è negativo e particolarmente evidente tra gli individui con minore formazione scientifica; la familiarità con i principi della scienza sembra quindi svolgere una funzione protettiva. La fiducia negli scienziati non rappresenta soltanto una questione di reputazione, essa può produrre conseguenze molto concrete sui comportamenti sanitari della popolazione. Le politiche di controllo di un'epidemia dipendono infatti dalla disponibilità dei cittadini ad aderire a raccomandazioni formulate sulla base delle evidenze scientifiche, come il distanziamento, l'uso delle mascherine, le restrizioni alla mobilità o la vaccinazione (Eichengreen et al., 2021). La fiducia nel governo e la fiducia nella scienza non sono interscambiabili. Quando governo e comunità scientifica trasmettono messaggi coerenti, le due forme di fiducia possono rafforzarsi reciprocamente. Quando invece le indicazioni politiche e quelle scientifiche entrano in conflitto, i cittadini possono trovarsi davanti a due fonti di autorità concorrenti. In questo caso la fiducia politica può persino indebolire l'adesione a raccomandazioni scientificamente fondate (Algan et al., 2021).

La pandemia di COVID-19 non ha rappresentato soltanto una crisi sanitaria di portata globale, ma ha messo profondamente alla prova anche il rapporto fiduciario tra i cittadini, la comunità scientifica e le istituzioni sanitarie. Durante un'emergenza caratterizzata dalla rapida diffusione di un nuovo virus, dalla necessità di modificare radicalmente le abitudini quotidiane e dall'introduzione di misure straordinarie di prevenzione, la fiducia ha assunto un ruolo particolarmente rilevante. Il cittadino non dispone generalmente delle competenze necessarie per verificare in modo autonomo la validità di studi epidemiologici, valutazioni cliniche o decisioni di sanità pubblica e deve necessariamente affidarsi, almeno in parte, alla competenza di scienziati, medici, autorità sanitarie e organismi istituzionali. La capacità di queste figure di essere considerate credibili diventa pertanto fondamentale affinché le informazioni diffuse vengano accettate e le raccomandazioni sanitarie possano tradursi in comportamenti concreti. La fiducia non costituisce una risorsa stabile e acquisita una volta per tutte; al contrario, essa può essere modificata dall'esperienza che i cittadini maturano nei confronti delle istituzioni, dalla valutazione della loro capacità di rispondere efficacemente a una crisi e dal modo in cui le decisioni vengono comunicate e giustificate. In questo senso, la pandemia ha reso particolarmente evidente la natura bidirezionale del rapporto tra fiducia e gestione dell'emergenza: da una parte una maggiore fiducia facilita l'accettazione delle politiche sanitarie, dall'altra il modo in cui istituzioni e governo affrontano la crisi può contribuire a rafforzare oppure a indebolire quella stessa fiducia. Yaddanapudi et al. (2024), analizzando i

dati dell'eurobarometro relativi ai paesi dell'Unione Europea, sottolineano proprio come la fiducia pubblica presenti una componente essenziale della capacità delle istituzioni di attuare interventi scientifici e politici durante un'emergenza sanitaria. I dati europei mostrano che la pandemia è stata accompagnata da un deterioramento tutt'altro che marginale della fiducia nel settore sanitario. Tra il 2020 e il 2022 la fiducia nelle istituzioni sanitarie e nel personale medico è diminuita in 20 dei 27 paesi dell'Unione Europea. L'andamento non è stato però uniforme: i livelli di fiducia presentavano una chiara distribuzione geografica, con i paesi dell'Europa occidentale e centrale generalmente caratterizzati da valori più elevati e diversi paesi dell'Europa orientale collocati invece nei livelli più bassi. La persistenza di queste differenze ci suggerisce che la fiducia non possa essere spiegata in maniera esclusiva come reazione individuale alla pandemia, ma debba essere inserita all'interno di contesti nazionali diversi per caratteristiche istituzionali, organizzazione dei sistemi sanitari, modalità di governance ed esperienza pregressa dei cittadini con le autorità pubbliche (Yaddanapudi et al., 2024). Uno degli aspetti più interessanti dello studio degli autori Yaddanapudi et al. (2024) riguarda proprio i fattori associati alla fiducia. In maniera contraria a quanto ci si potrebbe aspettare, caratteristiche demografiche tradizionali come l'età e il genere non sembrano spiegare in maniera significativa le differenze osservate a livello europeo. Molto più rilevante risulta invece la valutazione soggettiva della gestione dell'emergenza: la fiducia nelle istituzioni sanitarie risulta strettamente associata alla soddisfazione nei confronti delle misure adottate contro il COVID-19 e alla percezione più generale della propria situazione personale e dell'andamento del paese. In sintesi, le istituzioni sanitarie non vengono valutate isolatamente, ma all'interno di una più ampia esperienza della crisi. Se le misure vengono considerate inadeguate, inefficaci o scarsamente rispondenti ai bisogni della popolazione, anche il rapporto di fiducia con il sistema sanitario può risentirne. Appare particolarmente significativa la soddisfazione per le politiche messe in atto contro la pandemia, che emerge come una delle variabili maggiormente associate alla fiducia. Ciò permette di comprendere come la percezione della competenza istituzionale non dipenda solamente dall'effettiva qualità clinica dell'assistenza, ma anche dalla capacità complessiva del sistema di fornire risposte considerate comprensibili, efficaci e coerenti. Anche la situazione economica e la soddisfazione per la propria vita contribuiscono a modellare questi atteggiamenti: un cittadino che sperimenta direttamente le conseguenze sociali ed economiche della crisi può sviluppare una valutazione più negativa delle istituzioni responsabili della sua gestione. Gli stessi autori evidenziano quindi la necessità di evitare strategie uniformi per ricostruire la fiducia, in quanto le cause della sfiducia possono variare notevolmente tra paesi e gruppi sociali (Yaddanapudi et al., 2024). Angley & Xiao (2021)

attraverso uno studio condotto negli Stati Uniti hanno analizzato il rapporto tra fiducia nella scienza e credibilità attribuita a differenti narrazioni sul COVID-19. I risultati mostrano che il livello di fiducia nella scienza rappresentava un forte predittore dell'appartenenza ai diversi profili di credenza individuati dagli autori, anche dopo aver considerato variabili sociodemografiche, orientamento politico e impegno religioso. Le persone con livelli più elevati di fiducia nella scienza risultavano molto meno propense ad appartenere ai gruppi caratterizzati da una maggiore credibilità attribuita alla misinformation e a teorie complottiste. Il dato assume particolare rilievo perché mostra che la sfiducia non costituisce semplicemente una conseguenza marginale della disinformazione, ma può rappresentare uno dei fattori centrali attraverso cui le narrazioni false acquistano credibilità. Se il cittadino considera poco affidabile la comunità scientifica, la spiegazione proposta dagli esperti perde della propria forza persuasiva e può entrare in competizione con interpretazioni alternative che, pur prive di un adeguato sostegno empirico, vengono percepite come altrettanto plausibili. Agley & Xiao (2021) mettono tuttavia in evidenza una dinamica ancora più complessa: credere in una narrazione falsa non significa necessariamente rifiutare contemporaneamente quella scientifica accettata. Alcuni partecipanti allo studio attribuivano infatti un'elevata credibilità sia alla spiegazione scientifica sia a diverse interpretazioni complottiste. Ciò significa che le due categorie non vengono sempre percepite come reciprocamente esclusive: una persona può, ad, esempio accettare un'informazione sostenuta dalla comunità scientifica senza che ciò la porti automaticamente ad abbandonare ulteriori spiegazioni scarsamente fondate. La crisi fiduciaria diventa ancora più comprensibile se si distingue la fiducia nelle istituzioni da quella riposta nelle persone appartenenti alla propria rete sociale. Krastev et al. (2023) sottolineano che la fiducia interpersonale e la fiducia istituzionale non rappresentano lo stesso fenomeno. La prima si costruisce attraverso relazioni dirette con amici, familiari, colleghi o conoscenti e può essere basata sull'esperienza personale, sulla familiarità e sulla percezione dell'onestà del singolo individuo. La seconda riguarda invece organizzazioni complesse come governi, sistemi sanitari, OMS, comunità scientifica, media o aziende farmaceutiche, nei confronti delle quali il cittadino non dispone generalmente di una relazione personale diretta. Questa distinzione si è rivelata interessante nel caso dell'esitazione vaccinale. Lo studio di Krestev et al. (2023) condotto su 1541 cittadini canadesi, mostra che gli individui maggiormente esitanti nei confronti del vaccino presentano in generale livelli inferiori di fiducia, ma la riduzione riguarda soprattutto le istituzioni. Tra gli indicatori considerati, le relazioni più forti emergevano tra fiducia negli scienziati e stato vaccinale, tra fiducia negli scienziati ed esitazione verso il vaccino anti-COVID e tra fiducia nell'OMS e stato vaccinale. L'elemento più significativo non consiste

quindi semplicemente nel fatto che gli individui esitanti "si fidino meno", ma nel particolare squilibrio tra ciò che attribuiscono alle istituzioni e ciò che attribuiscono alle persone a loro vicine. La sfiducia istituzionale potrebbe quindi produrre un importante spostamento nelle fonti alle quali gli individui si affidano. Quando una persona considera scarsamente credibili scienziati, governi o autorità sanitarie può orientarsi maggiormente verso familiari, amici e comunità sociali percepite come più vicine.

La ricostruzione della fiducia è una questione centrale per la gestione non soltanto delle conseguenze del COVID-19, ma anche di future emergenze sanitarie. Questo obiettivo non può essere raggiunto pretendendo una fiducia automatica o semplicemente aumentando in numero di messaggi istituzionali. È necessario che le istituzioni dimostrino concretamente competenza, trasparenza e disponibilità al confronto, riconoscendo anche gli errori e spiegando il funzionamento del processo scientifico. Allo stesso tempo, la comunicazione deve essere adattata alle caratteristiche e alle esperienze dei destinatari, utilizzando quando necessario figure e reti che godono già di una relazione di fiducia con le comunità più distanti dalle istituzioni. La pandemia ha dunque dimostrato che la fiducia costituisce una componente indispensabile per l'efficacia della salute pubblica. L'esistenza di evidenze scientifiche solide non garantisce automaticamente che esse vengano accettate, né che producano comportamenti coerenti con le raccomandazioni. Una conoscenza scientificamente corretta diventa socialmente efficace soltanto quando viene inserita all'interno di una relazione nella quale il destinatario attribuisce credibilità a chi la produce e la comunica. La crisi di fiducia osservata durante il COVID-19 rappresenta non solo una conseguenza dell'emergenza, ma anche un fattore capace di condizionarne la gestione, influenzando la disponibilità a vaccinarsi, l'adesione alle indicazioni sanitarie e la vulnerabilità alla misinformation. Gli interventi futuri dovranno pertanto considerare il rafforzamento e la ricostruzione della fiducia non come un obiettivo secondario della comunicazione sanitaria, ma come una delle condizioni fondamentali per rendere efficaci le politiche di tutela della salute collettiva.

4.4 Ruolo dei media tradizionali

Sebbene una parte considerevole degli studi sulla disinformazione pandemica si sia concentrata sui social media, gli autori Lurie et al. (2022) hanno evidenziato la necessità di prendere in considerazione anche il ruolo svolto dai media tradizionali. Questi ultimi possono infatti raggiungere pubblici estremamente vasti e, soprattutto, tendono ad essere percepiti come fonti maggiormente autorevoli rispetto ai contenuti prodotti direttamente dagli utenti sulle

piattaforme social. Inoltre, la separazione tra media tradizionali e social media non è così netta come potrebbe apparire: molti contenuti condivisi sulle piattaforme digitali rimandano ad articoli pubblicati originariamente da testate giornalistiche. Di conseguenza, una notizia comparsa su una fonte tradizionale può successivamente essere ripresa e diffusa all'interno dei social network, aumentando ulteriormente la propria capacità di circolazione. Per comprendere questo fenomeno Lurie et al. (2022), hanno analizzato la presenza della disinformazione relativa ai vaccini anti-COVID nei media tradizionali in lingua inglese tra il 27 luglio 2020 e il 30 giugno 2021. Lo studio considera come media tradizionali i contenuti prodotti professionalmente, distinguendoli dai contenuti generati direttamente dagli utenti. Il database utilizzato comprendeva un insieme molto ampio di fonti informative, tra cui stampa, contenuti online, televisione, radio, podcast e blog dedicati all'informazione. Un aspetto rilevante dello studio riguarda il fatto che gli articoli nei quali compare una fake news non vengano considerati tutti allo stesso modo. Viene fatta una distinzione tra le diverse modalità attraverso le quali i media tradizionali possono entrare in relazione con la misinformation. La prima riguarda la disinformazione primaria, cioè i casi in cui l'articolo promuove direttamente un'informazione falsa o non supportata. La seconda comprende invece gli articoli di fact-checking, nei quali determinate affermazioni vengono analizzate con l'obiettivo di verificarne l'attendibilità e, quando necessario, correggerle o smentirle. La terza categoria riguarda gli articoli che si limitano a fare riferimento alla misinformation, senza promuoverla direttamente ma anche senza svolgere necessariamente un vero e proprio lavoro di verifica. Questa distinzione è significativa perché permette di evitare un'interpretazione semplicistica del rapporto tra giornalismo e fake news. La semplice presenza di una falsa informazione all'interno di un articolo non significa infatti che la testata giornalistica la sia necessariamente sostenendo. Un quotidiano può parlare di una teoria complottista con l'obiettivo di confutarla, può riportarla perchè è diventata oggetto del dibattito pubblico oppure, al contrario, può contribuire effettivamente alla sua diffusione presentandola senza un'adeguata contestualizzazione. Per valutare il ruolo dei media tradizionali nella circolazione della misinformation non è sufficiente stabilire quante volte una determinata informazione falsa venga menzionata: è necessario considerare anche come viene presentata e contestualizzata. Le false narrazioni considerate nello studio erano molto diversificate. Tra quelle relative alla sicurezza rientravano, ad esempio, le affermazioni secondo cui i vaccini avrebbero causato il COVID-19, modificato il DNA o l'RNA, provocato autismo o contenuto sostanze chimiche pericolose. Nell'ambito delle teorie del complotto comparivano le già citate narrazioni riguardanti l'inserimento di microchip attraverso la vaccinazione o l'utilizzo dei vaccini come strumento di controllo della

popolazione. La presenza di questi temi nella copertura giornalistica, tuttavia, non rimase costante nel corso del tempo. Le questioni relative alla sicurezza aumentarono notevolmente tra novembre e dicembre 2020, in concomitanza con le procedure per l'autorizzazione all'uso di emergenza dei primi vaccini, e continuarono successivamente ad occupare una posizione centrale. Il dato più interessante per analizzare il ruolo dei media tradizionali emerge dalla lettura approfondita di un campione di articoli. Tra i 277 articoli effettivamente riconducibili alla conversazione sulla misinformation, la maggioranza, pari al 63,2% svolgeva attività di fact-checking. Un ulteriore 31,4% si limitava a fare riferimento a informazioni false, mentre soltanto il 5,4% conteneva misinformation primaria, ovvero contribuiva direttamente alla promozione di affermazioni non corrette. Estendendo questa proporzione all'intero campione, Lurie et al. (2022), stimano che solamente circa lo 0,1% di tutti gli articoli sui vaccini anti-COVID analizzati contenesse misinformation primaria. Si tratta di un risultato importante, perchè suggerisce che sarebbe stato scorretto descrivere i media tradizionali come uno dei principali produttori diretti delle fake news sui vaccini. Questo risultato però non ci dimostra che il ruolo dei media nella diffusione della misinformation possa essere ritenuto irrilevante. L'aspetto principale riguarda l'enorme capacità di amplificazione: anche un numero molto limitato di articoli contenenti direttamente informazioni false può raggiungere un pubblico estremamente ampio quando viene pubblicato da testate ad alta diffusione. Da questo punto di vista emerge una caratteristica fondamentale dei media tradizionali durante la pandemia: anche quando non sono gli originatori di una falsa informazione, possono contribuire in modo decisivo alla sua visibilità pubblica. Una teoria nata in ambienti digitali o sulle piattaforme social può ottenere una risonanza completamente diversa nel momento in cui viene ripresa da una grande testata giornalistica o da un'emittente televisiva. La stessa attività giornalistica di riportare l'esistenza di una fake news può pertanto avere effetti ambivalenti: da un lato permette di informare il pubblico e di correggere contenuti falsi; dall'altro può contribuire involontariamente a rendere tali narrazioni più conosciute. Anche gli articoli che menzionano una falsa informazione senza confutarla esplicitamente possono influenzarne il dibattito. Nel campione analizzato questi articoli costituivano circa il 31% di quelli associati alla misinformation. Il rischio è legato anche al già citato illusory truth effect. Possiamo quindi delineare un ruolo ambivalente dei media tradizionali nell'infodemia: da una parte le testate mainstream possono costituire uno strumento importante per contrastare la misinformation, soprattutto attraverso il fact-checking e la diffusione di informazioni scientificamente fondate. Dall'altra parte il potere di amplificazione dei media rende particolarmente problematici i casi nei quali informazioni non verificate vengono riportate senza un'adeguata contestualizzazione. Il ruolo dei media tradizionali non

può essere analizzato esclusivamente chiedendosi chi abbia originariamente prodotto una fake news. In molti casi il processo può essere più articolato: un'affermazione falsa viene formulata da un personaggio pubblico, ripresa dai giornali e televisioni perché è considerata giornalisticamente rilevante e successivamente rilanciata sui social network. In questo modo, una narrazione originariamente circoscritta può attraversare diversi ambienti comunicativi e raggiungere progressivamente un pubblico molto più ampio. Il confine tra media tradizionali e nuovi media diventa quindi sempre meno netto inserendosi in un sistema informativo nel quale i contenuti circolano continuamente tra differenti piattaforme. Un altro aspetto molto interessante riguarda l'analisi delle emittenti televisive via cavo. In questo caso, gli autori Chipidza et al. (2022) individuano tre aree principali: i test diagnostici, la pandemia e le conseguenze generali della pandemia. La politicizzazione dell'informazione televisiva rappresenta uno degli aspetti più rilevanti della ricerca. Le notizie sul COVID-19 venivano frequentemente interpretate attraverso una prospettiva politica: alcuni programmi criticavano la gestione dell'emergenza da parte dell'amministrazione Trump e la limitata capacità di effettuare test, mentre altri proponevano confronti con precedenti emergenze sanitarie, come la pandemia influenzale H1N1, utilizzandoli per ridimensionare la gravità del nuovo coronavirus. In alcuni casi venivano inoltre criticate le decisioni della Cina e persino la raccomandazione dell'OMS di utilizzare una denominazione scientifica per il virus anziché associarlo al suo luogo di origine. Nelle prime fasi della pandemia, la copertura dei media non lasciò emergere in modo sufficientemente forte una voce riconoscibile proveniente dalla salute pubblica, dalla scienza e dalla medicina. Le discussioni politiche ed economiche risultavano molto presenti, mentre argomenti direttamente collegati alla prevenzione, come il distanziamento sociale e l'igiene, avevano uno spazio più limitato. La presenza insufficiente della salute pubblica all'interno della copertura mediatica può creare le condizioni affinché altre voci meno infondate acquisiscano maggiore visibilità, aumentando anche il rischio di diffusione di fake news. È importante sottolineare che stampa e televisione non si comportarono allo stesso modo: nei quotidiani analizzati la copertura appariva relativamente più uniforme, testate come *Associated Press, New York Times* e *Wall Street Journal* tendevano a concentrarsi su temi comuni, come l'aumento dei contagi e le turbolenze dei mercati finanziari. Nella televisione via cavo, invece emergevano interpretazioni più diversificate e maggiormente legate alle prospettive politiche dei singoli programmi. Gli stessi avvenimenti potevano pertanto essere inseriti in cornici interpretative diverse (Chipidza et al., 2022). Un ulteriore elemento da considerare nell'analisi del ruolo svolto dai media tradizionali durante la pandemia riguarda la qualità scientifica delle informazioni diffuse. La presenza di una notizia all'interno di una testata giornalistica, infatti,

non garantisce necessariamente che le conoscenze scientifiche disponibili vengano presentate con lo stesso livello di accuratezza, contestualizzazione e precisione. A questo proposito Mach et al. (2021) hanno analizzato la copertura giornalistica del COVID-19 in Canada, Regno Unito e Stati Uniti, mettendo in evidenza differenze significative tra le diverse testate e mostrando anche come l'orientamento politico dei giornali potesse associarsi a modalità diverse di rappresentazione dell'emergenza sanitaria. Il periodo considerato dall'analisi va dal 1° marzo al 15 agosto 2020, comprendendo quindi le settimane immediatamente precedenti alla dichiarazione ufficiale della pandemia e i cinque mesi successivi. Tra le testate selezionate figuravano, per il Canada, *Toronto Star, The Globe and Mail, National Post* e *Toronto Sun*; per il Regno Unito, *The Guardian, The Times, The Telepgraph* e *Daily Mail*; mentre negli Stati Uniti vennero analizzati *The New York Times, The Washington Post, The Wall Street Journal* e *New York Post*. Sulla base delle testate vengono valutate la qualità scientifica della copertura giornalistica e il suo livello di sensazionalismo. Per qualità scientifica si intende la capacità dell'informazione giornalistica di riflettere correttamente lo stato delle conoscenze scientifiche disponibili in un determinato momento, comprese le relative incertezze. Questo concetto assume particolare importanza nel caso del COVID-19 perché le conoscenze sul virus e sulle modalità più efficaci per contrastarlo erano in continua evoluzione. La qualità di un articolo non poteva quindi essere valutata sulla base di ciò che sarebbe stato scoperto successivamente, ma doveva essere rapportata alle evidenze effettivamente disponibili nel momento della sua pubblicazione. Gli autori valutano la qualità scientifica, considerando diversi aspetti, tra cui la distinzione tra opinioni e fatti, la validità delle informazioni, la precisione e la presenza di un'adeguata contestualizzazione. Parallelamente viene analizzato il sensazionalismo, cioè la tendenza a presentare una notizia in modo tale da farla apparire più straordinaria o rilevante rispetto a quanto effettivamente fosse. Una comunicazione poco sensazionalistica non è automaticamente una comunicazione adeguata durante un'emergenza sanitaria. Se alla moderazione dei toni si accompagna una scarsa qualità scientifica e una limitata attenzione ai pericoli della malattia, alla misinformation e alle inefficienze delle politiche sanitarie, il risultato può essere quello di non rendere sufficientemente evidente al pubblico la gravità della situazione. Nel complesso i risultati mostrano una qualità scientifica moderata e un livello relativamente basso di sensazionalismo. Questo risultato è importante perché consente di evitare una rappresentazione semplicistica del comportamento dei media tradizionali durante la pandemia: l'analisi non suggerisce che la stampa abbia generalmente prodotto un'informazione fortemente sensazionalistica o scientificamente inattendibile. Al contrario emerge una situazione più complessa, caratterizzata da differenze rilevanti tra le singole testate. Una delle

differenze più significative riguarda proprio l'orientamento politico dei giornali. In tutti e tre i paesi considerati, le testate collocate nell'area della destra populista presentarono mediamente livelli più bassi di qualità scientifica. Possiamo inoltre sottolineare che un'informazione giornalistica problematica non coincida necessariamente con una notizia completamente falsa. La qualità dell'informazione può diminuire anche quando vengono presentate affermazioni prive di un'adeguata verifica, quando manca la fonte, quando non viene spiegato il contesto nel quale un dato deve essere interpretato oppure quando non viene comunicato correttamente il grado di certezza delle conoscenze scientifiche. Tuttavia, possiamo osservare come la qualità scientifica complessiva non migliorò significativamente con il trascorrere dei mesi, nonostante nel frattempo aumentassero le conoscenze sul COVID-19. Possiamo inoltre effettuare un confronto tra le testate statunitensi. The New York Times e The Washington Post, collocati sul versante politico della sinistra, presentavano più frequentemente una copertura definita "exposing" e "warning". Gli articoli tendevano maggiormente a mettere in evidenza problemi come la disinformazione proveniente dai leader politici, le carenze delle risposte istituzionali e i rischi connessi alla diffusione del virus. Le testate politicamente più orientate a destra mostravano invece in misura minore queste caratteristiche. Le differenze osservate tra testate appartenenti a orientamenti politici diversi ci suggeriscono che due lettori che si informano attraverso giornali diversi possono ricevere rappresentazioni differenti della stessa emergenza, non necessariamente perché vengono raccontati i fatti completamente opposti, ma perché varia la qualità delle informazioni scientifiche, il livello di contestualizzazione e l'enfasi attribuita ai rischi, la disinformazione e alla responsabilità politica. Un altro elemento interessante riguarda la differenza tra giornalismo originale e contenuti provenienti da altre fonti o agenzie e successivamente ripubblicati. Nel complesso gli articoli prodotti direttamente dalle testate presentavano una qualità scientifica media superiore rispetto ai contenuti sindacati, anche se questi ultimi mostravano contemporaneamente un livello inferiore di sensazionalismo. Il dato rafforza ulteriormente l'idea che la qualità scientifica e il sensazionalismo rappresentino due dimensioni distinte: un articolo può utilizzare toni sobri senza essere necessariamente più accurato dal punto di vista scientifico. Analizziamo ora il modo in cui i media tradizionali hanno distribuito visibilità e autorevolezza tra le diverse figure coinvolte nella gestione della pandemia. Oltre alla correttezza delle informazioni trasmesse, assume importanza anche la scelta di quali soggetti rendere maggiormente protagonisti del racconto mediatico. In questa prospettiva Crabu et al. (2021) hanno analizzato la copertura dei principali quotidiani italiani, evidenziando come la rappresentazione del COVID-19 sia stata progressivamente dominata dalla dimensione politica, mentre la scienza, pur rimanendo presente ha assunto

prevalentemente una funzione di supporto alle decisioni istituzionali. Lo studio è effettuato dagli autori, considera l'intera copertura relativa al COVID-19 prodotta da otto importanti quotidiani nazionali italiani dal 1° gennaio al 15 giugno 2020. Le testate selezionate rappresentavano orientamenti politici e culturali differenti e comprendevano *La Repubblica, Corriere della Sera, La Stampa, Il Mattino, Il Messaggero, Il Giornale, Il Sole 24 Ore* e *Avvenire*. Le narrazioni giornalistiche hanno la capacità di contribuire a stabilire quali problemi siano percepiti come prioritari e quali soggetti vengano riconosciuti come maggiormente legittimati ad interpretarli e affrontarli. Questa prospettiva è particolarmente importante nel caso del COVID-19 perché la gestione della pandemia si è sviluppata contemporaneamente su diversi piani. Da una parte vi era la necessità di comprendere scientificamente il nuovo virus, le sue modalità di trasmissione e le possibili strategie terapeutiche; dall'altra occorreva prendere decisioni politiche molto incisive sulla mobilità, sul lavoro, sulla scuola e sulla vita sociale. I quotidiani rappresentavano quindi uno spazio nel quale scienza e politica si intrecciavano continuamente, senza essere facilmente separabili. Nelle primissime fasi della crisi, quando l'epidemia era ancora percepita in Italia soprattutto come un problema proveniente dall'estero, il racconto giornalistico presentava una forte salienza scientifica. Questa situazione cambiò però rapidamente quando il COVID-19 divenne un'emergenza direttamente italiana. Con l'avvicinarsi del lockdown, il peso della dimensione scientifica diminuì e l'attenzione dei quotidiani si spostò principalmente sulle misure restrittive che il governo avrebbe introdotto e sulle loro conseguenze sociali ed economiche. L'attenzione giornalistica verso la scienza non seguì un percorso lineare: essa aumentava soprattutto quando emergevano nuovi interrogativi, controversie o questioni ancora prive di una risposta definitiva. In altre fasi, invece, il racconto veniva dominato dalla regolazione politica della vita quotidiana e dalle conseguenze concrete delle misure adottate. Secondo Crabu et al. (2021) la scienza veniva rappresentata prevalentemente come una sorta di autorità di supporto alla politica, piuttosto che come una protagonista autonoma della narrazione. I risultati scientifici fornivano dati, conoscenze cliniche e valutazioni epidemiologiche che contribuivano a rendere legittima l'azione governativa. Al tempo stesso erano prevalentemente le istituzioni politiche ad occupare il centro del racconto e ad assumere la responsabilità pubblica delle decisioni. Questa differenza emerge anche dal modo in cui quotidiani rappresentavano concretamente diversi protagonisti. La politica era fortemente personalizzata: ministri, leader di partito e membri del governo comparivano frequentemente con il proprio nome, e il presidente del consiglio Giuseppe Conte assumeva una posizione particolarmente visibile. Al contrario, scienziati e tecnici venivano rappresentati molto più spesso attraverso le istituzioni di appartenenza o attraverso ruoli

generici. Questa asimmetria può avere conseguenze importanti per la percezione del pubblico. La maggiore personalizzazione della politica rende infatti i politici figure più facilmente riconoscibili e associabili alle decisioni prese durante l'emergenza, mentre la scienza rischia di essere percepita come un'entità astratta e apparentemente unitaria. I media tradizionali hanno avuto un ruolo attivo nel trasformare la pandemia da semplice fenomeno sanitario a un problema riguardante l'intera organizzazione della società. La narrazione giornalistica insisteva sulle responsabilità individuali, sul rispetto delle regole, sulla limitazione della mobilità e sulla necessità di modificare i comportamenti quotidiani per proteggere la collettività. I cittadini venivano quindi rappresentati non soltanto come soggetti esposti al rischio di malattia, ma come persone responsabili del contenimento del contagio e tenute ad adeguarsi alle misure stabilite dalle autorità. Parallelamente, scienza e medicina restavano in una posizione subordinata rispetto alla politica. La ricerca scientifica veniva presentata soprattutto come produttrice di dati e conoscenze utilizzabili per sostenere l'azione pubblica, mentre la medicina era rappresentata principalmente attraverso le esigenze organizzative degli ospedali, la disponibilità dei dispositivi di protezione e la gestione del rischio di contagio. Anche la rappresentazione del sistema sanitario era quindi fortemente collegata alle decisioni governative e all'organizzazione politica della risposta all'emergenza (Crabu et al., 2021).

Durante le prime fasi della pandemia, una quota rilevante della popolazione fece affidamento ai *legacy media*, ossia i mezzi di informazione tradizionali come televisione, radio e giornali, comprese le loro versioni online. In un primo momento si verificò quindi un aumento della fiducia verso queste fonti, legato alla necessità di ottenere informazioni affidabili in una situazione di forte incertezza. Questo atteggiamento tuttavia non rimase stabile, ma con il trascorrere del tempo alcuni segmenti della popolazione cominciarono a manifestare una crescente diffidenza nei confronti delle informazioni diffuse dai media tradizionali, mettendo in discussione non soltanto i contenuti, ma anche le intenzioni attribuite ai soggetti che li producevano o vi comparivano. Questo progressivo sospetto poteva creare un terreno favorevole all'accettazione di narrazioni alternative e, in alcuni casi, prive di adeguato fondamento. Il ruolo dei media tradizionali nella disinformazione appare quindi ancora una volta ambivalente. Da un lato l'utilizzo dei *legacy media* durante il COVID-19 era generalmente associato a una popolazione meno informata e meno incline alle false credenze. Dall'altro, l'effetto positivo dell'informazione giornalistica può essere limitato quando il destinatario decide di opporsi attivamente al messaggio. Anche un contenuto accurato può quindi risultare inefficace se la fonte viene considerata non attendibile o animata da secondi fini. Per comprendere questo processo si possono distinguere diverse strategie di resistenza che gli

individui possono mettere in atto di fronte alle informazioni provenienti dai media tradizionali. Una prima strategia consiste nell'evitamento, cioè nella decisione di non esporsi o di prestare minore attenzione alle notizie sul COVID-19. Una seconda riguarda la svalutazione della fonte, per cui l'individuo non contesta necessariamente ogni singola informazione, ma considera il giornale, l'emittente o il giornalista poco credibile, parziale o inattendibile. Una terza strategia è il *counterarguing*, cioè la produzione attiva di argomenti contrari a quanto affermato nella notizia. Infine, le persone possono cercare conferma nelle proprie convinzioni attraverso conversazioni con altri individui che condividono interpretazioni simili, ad esempio minimizzando insieme la pericolosità del virus. Queste strategie sono particolarmente importanti perché mostrano che il pubblico non riceve passivamente l'informazione giornalistica. I cittadini possono selezionare, reinterpretare o contestare ciò che viene loro comunicato. Il rapporto tra informazione e fake news non può quindi essere spiegato soltanto studiando ciò che viene pubblicato, ma richiede di considerare anche come il messaggio viene recepito e rielaborato (Stubenvoll et al., 2026).

CAPITOLO 5: STRATEGIE DI CONTRASTO

5.1 Interventi reattivi

Il contrasto alla disinformazione assume una rilevanza particolare se si considera che gli effetti prodotti dalla circolazione di informazioni false o fuorvianti non riguardano esclusivamente le conoscenze dell'individuo, ma possono compromettere più in generale la qualità dell'ambiente informativo nel quale vengono formulate opinioni e prese decisioni. Il funzionamento di una società democratica richiede l'esistenza di una base di conoscenze condivise e sufficientemente affidabili. I cittadini devono poter disporre di informazioni attendibili sia per valutare il funzionamento delle istituzioni e dei processi democratici, sia per comprendere le evidenze che sostengono differenti decisioni politiche e sociali. La diffusione sistematica della disinformazione può alterare questa base comune, rendendo più difficile distinguere tra informazioni fondate e rappresentazioni distorte della realtà (Lewandowsky et al., 2023). Nella lotta alle fake news è importante sottolineare una distinzione delle tipologie di interventi, ovvero quella tra: approcci reattivi e approcci preventivi. I primi intervengono quando l'informazione falsa è già entrata in circolazione e cercano quindi di correggere una credenza o una notizia inaccurata; i secondi mirano invece ad aumentare preventivamente la capacità degli individui di resistere ai tentativi di manipolazione. Nel caso degli interventi reattivi, la difficoltà fondamentale è rappresentata dal fatto che la disinformazione abbia già avuto la possibilità di essere elaborata, ricordata e potenzialmente integrata nella rappresentazione che l'individuo possiede di un determinato evento. Per questo motivo, la semplice presenza di informazioni accurate nell'ambiente comunicativo non deve essere automaticamente interpretata come sufficiente ad eliminare le conseguenze delle fake news (Lewandowsky et al., 2023). Data la difficoltà nel contrasto alla disinformazione a intervenire efficacemente quando un'informazione falsa è già stata recepita dal pubblico, è importante comprendere non soltanto se le correzioni funzionano, ma soprattutto in quali condizioni e attraverso quali modalità risultino maggiormente efficaci. Il *fact-checking* costituisce una delle strategie reattive maggiormente utilizzate per contrastare le fake news. Lo possiamo descrivere come un procedimento attraverso il quale viene valutata sistematicamente l'accuratezza di specifiche affermazioni, spesso attraverso sistemi che consentono di classificare un'informazione come vera o falsa. L'attenzione viene concentrata su una determinata affermazione, della quale viene verificata la corrispondenza con le evidenze disponibili. Il fact-checking si distingue, almeno concettualmente, da strategie più generali che si limitano ad avvertire il destinatario della possibile presenza di contenuti fuorvianti. Questi ultimi avvertimenti possono essere presentati

prima o dopo l'esposizione alla disinformazione, con l'obiettivo di aumentare la diffidenza nei confronti del contenuto e stimolare un'elaborazione più attenta. Nella pratica tuttavia le diverse strategie non sono necessariamente separate: un fact-check può contemporaneamente mettere in discussione la credibilità di una fonte, fornire un avvertimento e presentare informazioni correttive. La valutazione della veridicità di un'informazione, inoltre, non dipende esclusivamente dal confronto con dati oggettivi. Gli individui possono prendere in considerazione diversi elementi: la compatibilità dell'informazione con le proprie convinzioni precedenti, la coerenza interna del messaggio, l'affidabilità attribuita alla fonte e la percezione che altre persone condividono o meno quella determinata posizione. A questi differenti criteri corrispondono diverse possibili strategie di correzione. Il richiamo al consenso può ad esempio mettere in evidenza l'accordo esistente tra gli esperti su una determinata questione; una correzione basata sulla credibilità può sottolineare che un'informazione è in contrasto con quanto sostenuto da fonti autorevoli; il fact-checking può verificare direttamente una specifica dichiarazione; mentre gli interventi basati sulla coerenza cercano di sostituire la spiegazione falsa con una ricostruzione alternativa degli eventi. È bene sottolineare che una delle principali limitazioni degli interventi reattivi consiste nel fatto che la disponibilità di una correzione accurata non garantisce necessariamente la sua accettazione da parte del destinatario. Inoltre, ridurre immediatamente la credenza in una fake news non significa necessariamente averne eliminato stabilmente l'influenza. L'efficacia di una correzione deve essere valutata anche nel tempo: una persona può riconoscere una smentita nel momento in cui la riceve, ma ciò non garantisce che l'informazione corretta rimanga ugualmente accessibile e influente a distanza di tempo (Walter & Murphy, 2018). Nonostante il crescente ricorso al fact-checking, al debunking ed altre forme di correzione, l'efficacia di tutti questi interventi non è sempre uniforme. In linea generale possiamo dichiarare che le correzioni sono generalmente preferibili all'assenza di qualsiasi intervento. Le persone esposte a una correzione tendono a credere meno alla disinformazione rispetto a quelle che ricevono soltanto il contenuto falso. Il vero limite emerge quando si utilizza come termine di confronto chi non è mai stato esposto alla disinformazione. Una correzione perfettamente efficace dovrebbe, in linea teorica, riportare credenze e atteggiamenti al livello che avrebbero avuto se l'informazione falsa non fosse mai stata incontrata. È proprio questo completo ritorno alla condizione iniziale che spesso non avviene. Analizziamo i risultati della meta-analisi condotta da Walter e Tukachinsky (2020), che confermano il problema appena esposto, ma permettono anche di ridimensionarlo. Considerando complessivamente i 32 studi analizzati, dopo la correzione rimane un effetto della disinformazione piccolo ma statisticamente significativo. Ciò significa che le correzioni

riescono a contrastare una parte importante dell'influenza della falsa formazione, senza tuttavia cancellarla necessariamente del tutto. Questo risultato è particolarmente utile per comprendere uno dei principali limiti del fact-checking: l'obiettivo realistico di una correzione non dovrebbe essere considerato semplicemente quello di stabilire pubblicamente quali informazioni siano vere e quali false, ma quello di modificare una rappresentazione mentale che può essersi già formata nel destinatario. Una delle spiegazioni che riceve maggiore sostegno è quella basata sui modelli mentali: quando una persona riceve informazioni su un determinato evento, tende progressivamente a costruirne una rappresentazione coerente. Le singole informazioni non vengono necessariamente conservate come elementi indipendenti, ma vengono integrate all'interno di una spiegazione complessiva. Da questo punto deriva una prima indicazione fondamentale per costruire correzioni efficaci: non è sufficiente negare l'informazione falsa, ma occorre sostituirla con una spiegazione alternativa. L'importanza di questo aspetto trova conferma nei risultati della meta-analisi. La coerenza della correzione rappresenta un elemento significativo della sua efficacia: le correzioni maggiormente articolate e quindi capaci di offrire una spiegazione coerente sono associate ad una minore persistenza della disinformazione rispetto alle smentite scarsamente esplicative. Un secondo elemento determinante è la tempestività dell'intervento. Più tempo trascorre tra l'esposizione alla disinformazione e la sua correzione, maggiori sono le possibilità che l'informazione falsa venga incorporata nella memoria e nella rappresentazione mentale dell'individuo. Correggere rapidamente un'affermazione consente invece di intervenire quando il modello mentale è ancora in fase di costruzione e può quindi essere modificato con maggiore facilità. Walter e Tukachinsky (2020) rilevano infatti che il continued influence effect è più forte quando tra disinformazione e correzione trascorre un intervallo di tempo, mentre risulta sostanzialmente ridotto quando la correzione viene fornita immediatamente. Questo risultato presenta implicazioni particolarmente importanti per il fact-checking: nel contesto digitale le informazioni false possono raggiungere rapidamente un pubblico molto vasto, mentre la verifica richiede inevitabilmente del tempo. Una smentita che arriva quando la falsa narrazione si è già consolidata parte quindi da una posizione di svantaggio. Inoltre la meta-analisi conferma che la ripetizione della disinformazione è uno dei fattori che ne rafforzano maggiormente la persistenza. Un ulteriore ostacolo all'efficacia delle correzioni deriva dalla relazione tra il messaggio e le convenzioni pregresse del destinatario. Le persone non elaborano necessariamente tutte le informazioni in maniera neutrale, ma possono essere maggiormente inclini ad accettare quelle compatibili con la propria visione del mondo e, al contrario, sottoporre a un esame più critico quelle che la mettono in discussione. Ancora più rilevante è il

fatto che le correzioni risultino maggiormente efficaci quando vengono fornite dalla stessa fonte responsabile della precedente informazione falsa. Quando una fonte riconosce e corregge direttamente il proprio errore, la persistenza della disinformazione tende a essere inferiore rispetto alle situazioni in cui la smentita proviene da un soggetto differente. Questo risultato permette di ampliare la riflessione sul fact-checking: non sempre un verificatore esterno è nella posizione migliore per annullare gli effetti di una falsa informazione. Quando possibile, sarebbe importante che la stessa persona, organizzazione, testata o istituzione responsabile della diffusione dell'errore partecipasse attivamente alla sua rettifica. Il continued influence effect è più debole quando disinformazione e correzione provengono dalla stessa fonte. Alcune teorie della memoria pongono l'attenzione nei confronti dell'impiego della negazione linguistica: una frase costruita nella forma "X non è Y" potrebbe risultare problematica perché il concetto centrale e la sua negazione non vengono necessariamente ricordati con la stessa forza. Con il trascorrere del tempo potrebbe rimanere maggiormente accessibile l'associazione originaria, mentre il marcatore che indicava la sua falsità potrebbe essere dimenticato (Walter & Tukachinsky, 2020). Un aspetto rilevante riguarda il fatto che, la persistenza della disinformazione ad influenzare i ragionamenti anche dopo la smentita, non può essere spiegata semplicemente sostenendo che le persone non abbiano letto, compreso o ricordato la correzione. Gli individui possono ricordare la smentita e riconoscere esplicitamente che l'informazione originaria non è più valida, continuando però a utilizzarle implicitamente quando devono formulare giudizi o trarre conclusioni. Questo apparente paradosso costituisce uno degli elementi centrali del continued influence effect: una persona può essere consapevole che una determinata affermazione è stata corretta e, contemporaneamente, continuare a ragionare in maniera compatibile con essa. Una delle spiegazioni precedentemente avanzate attribuiva il fenomeno a una sorta di difficoltà nel modificare la memoria, secondo questa interpretazione nel periodo compreso tra l'esposizione alla falsa informazione e la sua successiva correzione, il destinatario avrebbe già utilizzato quel contenuto per costruire inferenze e spiegazioni. Johnson e Seifert (1994) traggono una conclusione importante, ovvero che la falsa informazione non influenza soltanto le inferenze costruite prima della correzione, ma può essere recuperata successivamente per produrre nuove inferenze dopo che la correzione è già stata ricevuta. Un individuo può quindi ricordare che una determinata informazione è stata smentita e, nonostante ciò, recuperarla dalla memoria quando cerca di dare un senso all'evento. L'efficacia di un intervento non dipende esclusivamente dal fatto che la persona abbia ricevuto e memorizzato la rettifica. Il problema è più profondo: l'informazione falsa può essere ormai entrata nella rappresentazione dell'evento e può continuare a essere recuperata perché svolge una funzione

utile nel ragionamento. In definitiva possiamo dedurre che la verità di una correzione non coincide necessariamente con la sua efficacia cognitiva. Una smentita può essere perfettamente compresa, ricordata e persino accettata, senza che per questo scompaiano tutte le conseguenze prodotte dalla precedente esposizione alla disinformazione. Per essere realmente efficace, l'intervento correttivo deve quindi andare oltre la semplice etichettatura del falso e aiutare il destinatario a ricostruire una spiegazione alternativa coerente, capace di prendere il posto che la falsa informazione occupava nel modello mentale dell'evento (Johnson & Seifert, 1994). Una difficoltà degli interventi reattivi consiste nel fatto che la correzione di un'informazione non equivale automaticamente alla cancellazione dei suoi effetti cognitivi. Lewandowsky et al. (2012), mostrano come numerosi casi reali evidenzino una persistenza delle false credenze anche in presenza di smentite molto visibili e reiterate. Gli autori richiamano il caso della pubblicità di Listerine negli Stati Uniti. Per oltre cinquant'anni il prodotto era stato promosso sostenendo falsamente che potesse prevenire o attenuare raffreddori e mal di gola. Quando la *Federal Trade Commission* impose una campagna pubblicitaria correttiva, vennero investite risorse economiche molto consistenti, ma l'effetto della rettifica fu solo parziale: la credenza nelle presunte proprietà medicinali del prodotto diminuì, senza però scomparire. Questo esempio è particolarmente significativo perché mostra che il limite delle correzioni non dipende soltanto dall'assenza di risorse o esposizione al fact-checking. Anche quando una campagna correttiva dispone di un forte sostegno economico e raggiunge un pubblico ampio, può essere difficile eliminare completamente una convinzione ormai consolidata. Possiamo trarne una distinzione importante, l'efficacia di una correzione può essere ostacolata da almeno due ordini di problemi, il primo è pragmatico: la smentita potrebbe semplicemente non raggiungere tutte le persone che hanno incontrato la falsa informazione; il secondo è invece cognitivo: anche quando l'individuo viene effettivamente raggiunto dalla correzione e la comprende, la disinformazione può continuare a influenzarne il ragionamento. A complicare ulteriormente gli interventi reattivi interviene il ruolo della worldview, cioè quell'insieme di convinzioni, valori e orientamenti attraverso cui le persone interpretano la realtà. Ci si può trovare inoltre nella possibilità di sperimentare il *worldview backfire effect*, cioè la situazione in cui una correzione incompatibile con le convinzioni profonde del destinatario non soltanto fallisce, ma può rafforzare l'atteggiamento originario. Per ridurre la resistenza legata alla worldview, è necessario formulare la correzione in maniera compatibile con i valori del pubblico (Lewandowsky et al., 2012).

5.2 Interventi preventivi

Accanto agli interventi reattivi, che mirano a correggere informazioni false o fuorvianti dopo che queste sono già state diffuse e recepite dal pubblico, la ricerca sulla disinformazione ha progressivamente rivolto l'attenzione verso strategie di carattere preventivo. Questi interventi si basano sull'idea che sia possibile preparare gli individui ad affrontare la disinformazione prima che vi entrino effettivamente in contatto, rafforzandone la capacità di riconoscere contenuti falsi o manipolativi e riducendone, di conseguenza, la vulnerabilità. Tra gli approcci maggiormente studiati rientra la teoria dell'inoculazione psicologica, dalla quale si sono sviluppati interventi di *prebunking* basati sull'esposizione preventiva a forme attenuate di argomentazioni false o alle tecniche attraverso cui la disinformazione viene costruita e diffusa. L'obiettivo non consiste nel fornire informazioni corrette, ma nel creare una forma di resistenza psicologica che possa rendere gli individui meno suscettibili a successivi contenuti informativi. Proprio per questo, una questione centrale riguarda anche il confronto tra l'efficacia di tali strategie preventive e quella degli interventi di *debunking*, che intervengono invece dopo l'esposizione alla disinformazione. Secondo Van der Linden et al. (2017), l'inoculazione attitudinale si articola essenzialmente in due componenti: la prima consiste nell'introdurre una forma di minaccia preventiva, avvertendo gli individui che potrebbero essere esposti a messaggi finalizzati a mettere in discussione le loro convinzioni. Questo avvertimento rende maggiormente evidente la possibilità che l'atteggiamento posseduto venga attaccato e prepara quindi il destinatario ad elaborare con maggiore attenzione le successive informazioni. La seconda componente è costituita dalla cosiddetta *refutational pre-emption*, cioè dalla presentazione anticipata di una o più versioni attenuate delle argomentazioni avversarie accompagnate dalla loro confutazione. In questo modo il destinatario non viene semplicemente informato dell'esistenza della disinformazione, ma riceve anche gli strumenti cognitivi necessari per riconoscerne e contrastarne le argomentazioni, quando le incontrerà successivamente. L'elemento particolarmente rilevante per gli interventi preventivi è quindi che la strategia non punti a evitare completamente ogni contatto con la disinformazione, obiettivo difficilmente realistico nell'attuale ambiente informativo, quanto piuttosto a rendere tale contatto meno persuasivo. L'esposizione preventiva ad un'argomentazione fuorviante opportunamente "indebolita" e immediatamente confutata può funzionare come una forma di esercitazione cognitiva: l'individuo viene preparato in anticipo riconoscere i successivi tentativi di manipolazione e dispone già di controargomentazioni utili per opporvisi. In quest'ottica la resistenza alla disinformazione non dipenderebbe esclusivamente dal possesso di informazioni

corrette, ma anche dalla possibilità di anticipare le strategie attraverso cui tali informazioni potrebbero essere contestate. Quando è possibile prevedere l'emergere di contenuti disinformativi la comunicazione delle informazioni corrette dovrebbe essere accompagnata da un avvertimento preventivo circa l'esistenza di soggetti o strategie finalizzati a distorcerle. A questo avvertimento dovrebbe aggiungersi un vero e proprio repertorio cognitivo, cioè una spiegazione sufficientemente semplice dei meccanismi attraverso cui la disinformazione cerca di influenzare il pubblico e delle ragioni per cui determinate argomentazioni sono fuorvianti. L'obiettivo è consentire ai destinatari di confutare mentalmente in anticipo gli attacchi che potrebbero incontrare successivamente (van der Linden et al., 2017). Uno sviluppo importante della teoria dell'inoculazione riguarda il passaggio da interventi costruiti per contrastare una singola falsa informazione a strategie capaci di fornire una protezione più generale. Nella realtà, infatti, sarebbe praticamente impossibile anticipare e confutare in modo preventivo ogni fake news con cui un individuo potrebbe entrare in contatto. Per questo motivo la ricerca più recente si è progressivamente concentrata non tanto sul contenuto specifico delle false affermazioni, quanto sulle tecniche attraverso cui la disinformazione viene costruita e resa persuasiva. L'obiettivo diventa quindi insegnare agli individui a riconoscere gli strumenti ricorrenti della manipolazione, così che tale capacità possa essere trasferita anche a contenuti mai incontrati in precedenza. Viene inoltre distinta una forma di protezione molto specifica da quella che può essere definita inoculazione ad ampio spettro. Nel primo caso, l'intervento anticipa una determinata argomentazione che verrà successivamente analizzata nella disinformazione; nel secondo invece vengono presentate e spiegate tecniche manipolativi più generali. Questa seconda possibilità assume particolare importanza nell'ambiente digitale, dove la quantità e la varietà delle informazioni false rendono poco realistico intervenire preventivamente su ciascun contenuto (van der Linden, 2024). Le evidenze analizzate nell'articolo di van der Linden (2024) suggeriscono la possibilità di ottenere una forma di *cross-protection*, cioè una protezione che si estende oltre la specifica argomentazione utilizzata durante l'intervento. Possiamo ricavare un esempio da uno studio di Cook et al. (2017): i partecipanti venivano preparati a riconoscere la 'tecnica del falso esperto' attraverso un esempio relativo all'industria del tabacco, mostrando come soggetti apparentemente autorevoli potessero essere utilizzati per mettere in dubbio il consenso scientifico sui rischi del fumo. Successivamente, gli individui risultavano maggiormente resistenti all'impiego della stessa tecnica in un contesto completamente diverso, quello della disinformazione sul cambiamento climatico. La protezione non dipendeva quindi esclusivamente dalla memorizzazione di una specifica confutazione, ma dalla capacità di riconoscere una struttura manipolativa comune a messaggi diversi. Questa evidenza ha

contribuito allo sviluppo di interventi che cercano di rendere gli individui meno vulnerabili ai cosiddetti "*building blocks" della* disinformazione. Molte fake news, pur occupandosi di argomenti completamente diversi, utilizzano strategie persuasive simili: ricorso a falsi esperti, linguaggio fortemente emotivo, polarizzazione, teorie del complotto, screditamento delle fonti istituzionali o altre forme di manipolazione. Un secondo sviluppo riguarda la distinzione tra la inoculazione passiva e attiva. Nei primi interventi il destinatario riceve sostanzialmente dall'esterno gli strumenti necessari per riconoscere e confutare la disinformazione. Le strategie più recenti cercano invece di coinvolgerlo direttamente, facendogli sperimentare in prima persona i meccanismi attraverso cui un contenuto manipolativo viene costruito. L'individuo non si limita a leggere una spiegazione, ma partecipa attivamente a un processo attraverso il quale impara a riconoscere le strategie disinformative. È proprio da questa idea che nasce *Bad News*, sviluppato da Roozenbeek e van der Linden come intervento di inoculazione attiva: si tratta di una simulazione di un social network nella quale il partecipante assume il ruolo di un produttore di fake news. L'obiettivo non è insegnare concretamente a diffondere disinformazione, ma consentire di sperimentare in un ambiente controllato alcune delle strategie tipicamente utilizzate per manipolare gli utenti online. Rilevante per il tema della pandemia è l'adattamento di questo approccio al contesto della disinformazione sul COVID-19. Durante l'emergenza sanitaria, il gruppo di ricerca sviluppò '*GoViral!*', un gioco molto più breve, della durata di circa cinque minuti, progettato in modo specifico per aumentare la capacità del pubblico di riconoscere le strategie utilizzate nella disinformazione pandemica. L'intervento si concentrava su tre tecniche che ricorrevano frequentemente nei contenuti falsi sul COVID-19: *fearmongering*, cioè il tentativo di generare paura; utilizzo di falsi esperti; e costruzione di teoria del complotto (van der Linden, 2024). Un problema importante per l'applicazione concreta di queste strategie riguarda la durata dell'effetto: se l'inoculazione producesse soltanto un miglioramento immediato destinato a scomparire rapidamente, sarebbe difficile utilizzarla come strumento stabile di prevenzione. Si rende necessario utilizzare i *booster*, ovvero brevi richiami successivi all'intervento iniziale. Anche la semplice ripetizione di quiz relativi alla disinformazione può contribuire a riattivare ciò che era stato appreso. L'efficacia dell'inoculazione non dovrebbe quindi essere considerata permanente: come avviene per altre forme di apprendimento, le competenze acquisite possono indebolirsi se non vengono periodicamente richiamate. Gli sviluppi teorici più recenti cercano di spiegare questo decadimento attraverso l'interazione tra memoria e motivazione. Da una parte, con il trascorrere del tempo le persone possono dimenticare le tecniche e gli esempi incontrati durante l'intervento; dall'altra può diminuire la motivazione a difendersi da successivi tentativi

manipolativi (van der Linden, 2024). Un aspetto che merita particolare attenzione riguarda la distinzione concettuale tra prebunking e inoculazione: i due termini sono strettamente collegati, ma non sovrapponibili. Nella letteratura recente il termine *prebunking* viene utilizzato in maniera molto ampia per indicare qualsiasi intervento collocato temporalmente prima dell'esposizione alla disinformazione. In alcuni studi, ad esempio, la differenza tra prebunking e debunking viene fatta coincidere semplicemente con il momento in cui viene presentata un'etichetta di avvertimento: prima dell'esposizione nel primo caso e dopo nel secondo. Bisogna precisare che questa definizione temporale è troppo riduttiva rispetto alla teoria dell'inoculazione, perchè un vero intervento di inoculazione non consiste unicamente nel mettere in guardia il destinatario, ma deve fornirgli gli strumenti attraverso cui opporsi al successivo tentativo persuasivo (Traberg et al., 2022). Inoltre, non tutti i 'prebunk' analizzati nella letteratura sono equivalenti: alcuni si limitano a fornire anticipatamente un'informazione corretta o un avvertimento, mentre altri costruiscono una vera e propria resistenza preventiva attraverso il riconoscimento e la confutazione delle tecniche manipolative. Di conseguenza, eventuali differenze di efficacia tra prebunking e debunking devono essere interpretate tenendo conto di come l'intervento preventivo è stato costruito, e non soltanto del fatto che sia stato presentato prima della misinformation. Un ulteriore sviluppo interessante riguarda quella che la letteratura definisce "blanket of protection", cioè la possibilità che la protezione generata dall'inoculazione si estenda anche ad atteggiamenti o argomenti che non sono stati direttamente trattati nell'intervento. Traberg et al. (2022) evidenziano che l'efficacia dell'inoculazione può dipendere dal contesto sociale nel quale viene incontrata la disinformazione. Questo aspetto diventa importante sui social network, dove i contenuti non vengono presentati in isolamento, ma sono accompagnati da informazioni come numero di "mi piace", condivisioni, retweet e commenti. Questi segnali funzionano come una forma di *social proof*, suggerendo implicitamente che un determinato contenuto sia approvato o condiviso da molte altre persone. Gli utenti possono utilizzare tanti segnali come scorciatoie euristiche nella valutazione dell'attendibilità di ciò che vedono online. L'inoculazione può essere resa molto breve, facilmente distribuibile e testata direttamente su una piattaforma reale. Per dimostrare ciò, gli autori Roozenbeek et al. (2022) sviluppano cinque brevi video di inoculazione, ciascuno dedicato a una tecnica manipolativa frequentemente usata nella disinformazione online: linguaggio emotivamente manipolativo, incoerenza argomentativa, false dicotomie, capro espiatorio e attacchi *ad hominem*. Ogni video utilizza esempi fittizi, non politici e in parte umoristici proprio per ridurre il rischio che il contenuto venga interpretato in chiave ideologica o attivi forme di elaborazione difensiva. Questo è un passaggio importante perché mostra

un'evoluzione dell'intervento preventivo: non è più necessario proporre un gioco di 15 minuti o un testo articolato. L'esposizione preventiva può essere compressa in circa un minuto e mezzo, mantenendo comunque la struttura tipica dell'inoculazione e presentando una "microdose" della tecnica manipolativi insieme alla spiegazione che consente di riconoscerla. In questo modo, l'intervento si avvicina molto di più alle condizioni reali in cui le persone utilizzano i social media. Un contributo particolarmente rilevanti dello studio riguarda anche come viene misurata l'efficacia. Gli autori non si limitano a chiedere se i partecipanti sappiano riconoscere una tecnica di manipolazione, ma valutano quattro esiti diversi: capacità di identificare la tecnica, fiducia nel proprio giudizio, capacità di distinguere i contenuti affidabili da non affidabili e qualità delle decisioni di condivisione. Questo permette di spostare l'attenzione da un semplice effetto cognitivo a conseguenze più vicine al comportamento informativo reale. Nei primi cinque esperimenti randomizzati, i video migliorarono in modo consistente la capacità di riconoscere le tecniche manipolative. Inoltre, per la maggior parte delle condizioni, aumentarono la fiducia nelle proprie valutazioni, migliorarono la distinzione tra contenuti affidabili e inaffidabili e produssero decisioni di condivisione qualitativamente migliori. In pratica, i partecipanti risultavano meno inclini a condividere contenuti manipolativi o più inclini a condividere quelli non manipolativi. Un ulteriore punto di forza dello studio è la verifica della robustezza dell'effetto rispetto alle differenze individuali. Roozenbeek et al. (2022) analizzano un numero molto ampio di possibili moderatori: età, genere, istruzione, ideologia politica, frequenza di utilizzo dei social media, frequenza con cui si seguono le notizie, populismo, credenze complottiste, pensiero analitico, competenze numeriche, apertura mentale e suscettibilità generale alla disinformazione. I risultati non mostrano interazioni sistematiche tra queste variabili e l'effetto dell'intervento: ciò significa che i video sembrano produrre benefici relativamente stabili tra individui con caratteristiche cognitive, politiche e sociodemografiche diverse. La maggiore utilità teorica del *prebunking* non implica necessariamente che esso produca sempre un effetto immediato superiore rispetto al *debunking*. Le due strategie sembrano piuttosto presentare vantaggi diversi: il *debunking* può essere particolarmente efficace quando è possibile identificare confutare direttamente una falsa affermazione già circolante, mentre il *prebunking* possiede il vantaggio potenziale di preparare gli individui a riconoscere in anticipo categorie più generali di manipolazione (Bruns et al., 2024). Risulta interessante anche analizzare il confronto diretto tra prevenzione e correzione. Contrariamente all'idea secondo cui intervenire preventivamente debba necessariamente produrre risultati superiori, viene rilevato un piccolo vantaggio del *debunking*. Le correzioni successive all'esposizione risultano infatti più efficaci dei *prebunk* nel ridurre l'accordo con le

affermazioni false e nel diminuire la disponibilità a condividere un contenuto ingannevole per esprimere accordo con esso. Si tratta quindi di un vantaggio limitato e non generalizzato a tutti gli indicatori, tanto che le due strategie vengono descritte complessivamente come comparabili. Una possibile spiegazione di questa differenza risiede nella diversa natura delle informazioni fornite. Nel disegno sperimentale, il *prebunking* insegnava preventivamente a riconoscere le strategie comunemente utilizzate per costruire contenuti ingannevoli, mentre il *debunking*, oltre a richiamare tali tecniche, affrontava direttamente la specifica affermazione falsa e forniva informazioni pertinenti al suo contenuto. Il vantaggio della correzione potrebbe quindi derivare dalla possibilità di sostituire più direttamente la falsa informazione con una spiegazione alternativa. Il *prebunking*, al contrario, presenta una maggiore generalizzabilità, perché le competenze acquisite possono potenzialmente essere utilizzate di fronte a molteplici contenuti che impiegano la medesima tecnica manipolativa; tuttavia proprio il fatto di non confutare una specifica affermazione né fornire necessariamente un'alternativa fattuale può limitarne l'effetto immediato. Questo risultato consente di introdurre una precisazione importante nella valutazione degli interventi preventivi: la maggiore utilità teorica del *prebunking* non implica necessariamente che esso produca sempre un effetto immediato superiore rispetto al *debunking*. Le due strategie sembrano piuttosto presentare vantaggi diversi: il *debunking* può essere particolarmente efficace quando è possibile identificare e confutare direttamente una falsa affermazione già circolante, mentre il *prebunking* possiede il vantaggio potenziale di preparare gli individui a riconoscere in anticipo categorie più generali di manipolazione (Bruns et al., 2024).

5.3 Ruolo delle piattaforme e delle istituzioni

Il contrasto alla disinformazione non può essere ricondotto esclusivamente a interventi rivolti ai singoli individui, ma richiede una prospettiva più ampia, capace di considerare le caratteristiche dell'ecosistema informativo all'interno del quale i contenuti vengono prodotti, selezionati e diffusi. In questo contesto, un ruolo centrale è assunto dalle piattaforme digitali e dalle istituzioni pubbliche, che dispongono di strumenti differenti ma complementari per limitare la circolazione di informazioni false o fuorvianti. Da un lato, i social media intervengono direttamente sull'ambiente nel quale la disinformazione può acquisire visibilità, attraverso le proprie architetture, i sistemi algoritmici e le modalità con cui organizzano e rendono accessibili i contenuti; dall'altro, le istituzioni sono chiamate a definire strategie di governance, regolamentazione e comunicazione capaci di tutelare la qualità dello spazio

informativo. Questa responsabilità assume particolare rilevanza durante situazioni di crisi, nelle quali l'elevata domanda di informazioni e la rapidità con cui queste vengono condivise possono favorire la formazione di un ambiente particolarmente vulnerabile alla disinformazione. Le piattaforme non costituiscono semplicemente uno spazio neutrale all'interno del quale le informazioni vengono pubblicate: le loro caratteristiche tecniche e sociali contribuiscono a determinare quali contenuti acquistino maggiore visibilità e come questi circolano tra gli utenti. Questa osservazione è ancora più importante in una situazione di emergenza sanitaria: secondo Cinelli et al. (2020), infatti, la pandemia di COVID-19 ha mostrato chiaramente quanto la diffusione dell'informazione possa incidere sui comportamenti collettivi e indirettamente sull'efficacia delle misure adottate dalle autorità pubbliche. Un ambiente informativo caratterizzato da comunicazioni rapide e scarsamente intermediate può produrre conseguenze che non rimangono circoscritte alla sfera digitale, ma si riflettono sulle decisioni e sui comportamenti concreti della popolazione. Da questa prospettiva, il concetto di infodemia non indica semplicemente la presenza di singole informazioni false, ma un problema più ampio legato alle caratteristiche dell'ambiente comunicativo nel quale informazioni affidabili, contenuti non verificati e narrazioni fuorvianti possono circolare contemporaneamente e con estrema rapidità. È proprio questa dimensione sistemica a rendere fondamentale interrogarsi sul ruolo delle piattaforme: comprendere il funzionamento dei diversi ambienti digitali permette infatti di individuare le condizioni che possono favorire o limitare l'amplificazione della disinformazione. La circolazione delle informazioni non segue dinamiche completamente uniformi nei diversi social media: le differenze possono dipendere sia dalla composizione dell'audience sia dalle specifiche modalità di interazione offerte dalla piattaforma, comprese quelle determinate dai meccanismi algoritmici. Se ogni ambiente digitale presenta meccanismi di interazione e amplificazione diversi, infatti, difficilmente può essere individuata una soluzione uniforme applicabile indistintamente a tutti i social media. Le caratteristiche strutturali della piattaforma e quelle della comunità che la utilizza devono essere considerate come elementi centrali nella progettazione delle strategie di gestione delle informazioni. L'analisi condotta dagli autori Cinelli et al. (2020) mostra che all'interno della stessa piattaforma le dinamiche di crescita e diffusione dei contenuti provenienti da fonti affidabili e discutibili risultano sorprendentemente simili. Una volta entrati nei meccanismi di circolazione di uno specifico social network, i contenuti provenienti dalle due categorie di fonti tendono a seguire modalità di propagazione comparabili. Ciò che cambia in maniera rilevante è invece il peso relativo assunto dalle fonti discutibili nei diversi ambienti digitali. Proprio quest'ultimo risultato permette di comprendere meglio perché le piattaforme debbano essere considerate

attori rilevanti nel contrasto alla disinformazione. Tra le piattaforme maggiormente diffuse considerate nello studio, Twitter presentava un'amplificazione sostanzialmente neutrale, con livelli molto simili per contenuti affidabili e discutibili, mentre YouTube tendeva ad amplificare in misura minore le fonti discutibili rispetto a quelle affidabili. Reddit mostrava anch' esso una minore amplificazione delle fonti discutibili. La situazione risultava profondamente diversa su Gab, dove i contenuti provenienti da fonti discutibili ricevevano un'amplificazione nettamente superiore rispetto a quelli provenienti da fonti affidabili. A partire dalla consapevolezza del ruolo assunto dagli intermediari digitali nella formazione dell'ambiente informativo, emerge una questione ulteriore: stabilire chi debba assumersi la responsabilità di governare la disinformazione online e secondo quali regole. Marsden et al. (2020) affrontano questo problema concentrandosi sul rapporto tra piattaforme tecnologiche e istituzioni pubbliche e mettendo in discussione sia un modello fondato esclusivamente sull'intervento statale sia uno basato sulla piena autoregolamentazione delle imprese digitali. Affidare alle sole piattaforme il compito di stabilire quali contenuti possano circolare significa attribuire ad aziende private un potere considerevole nella definizione dei confini della libertà di espressione e del pluralismo informativo. Allo stesso tempo, una regolamentazione pubblica e eccessivamente invasiva potrebbe produrre conseguenze altrettanto problematiche sui diritti fondamentali. Il concetto è complesso in quanto le decisioni relative alla moderazione non riguardano soltanto la rimozione di informazioni manifestamente illecite. Quando si interviene sulla disinformazione occorre spesso formulare valutazioni molto più sfumate sulla veridicità, sul contesto e sulla legittimità di determinati contenuti. Non è opportuno trasferire interamente alle piattaforme il compito di effettuare valutazioni che possono incidere sui diritti fondamentali. Le aziende private, infatti, non possiedono necessariamente le competenze adeguate a operare questo bilanciamento e inoltre non sono soggette agli stessi obblighi in materia di diritti umani che vincolano gli Stati. Per superare questa contrapposizione viene individuata la co-regolamentazione come soluzione preferibile. In questo modello le piattaforme continuano a sviluppare strumenti e procedure per governare i propri servizi, sfruttando le conoscenze tecniche di cui dispongono, ma questi meccanismi non rimangono affidati esclusivamente alla loro discrezionalità: devono essere sottoposti all'approvazione e alla supervisione di autorità pubbliche democraticamente legittimate, chiamate anche a verificarne l'effettiva efficacia. La responsabilità del contrasto alla disinformazione viene così distribuita tra soggetti pubblici e privati, evitando tanto una completa delega alle aziende tecnologiche quanto una gestione esclusivamente statale. Un primo tentativo di sviluppare questa collaborazione nel contesto europeo è rappresentato dal *Code of Practice on Disinformation* del 2018, promosso dall'Unione Europea come strumento

di autoregolamentazione rivolto agli intermediari online, tra cui social media, motori di ricerca e operatori della pubblicità digitale. Tra gli aspetti più innovativi di questa iniziativa, i firmatari si impegnavano, tra le altre cose, a sviluppare sistemi più chiari per identificare i bot, in modo che la loro attività non potesse essere facilmente confusa con quelle degli utenti reali; erano inoltre chiamati a rendere pubblicamente conto delle attività intraprese contro la disinformazione e a consentire una forma di controllo esterno. Il codice prevedeva anche una maggiore apertura nei confronti della ricerca indipendente, affinché lo studio della disinformazione della pubblicità politica sulle piattaforme non venisse ostacolato (Marsden et al., 2020). Questo passaggio è particolarmente importante perché traduce il tema della trasparenza e dell'accountability delle piattaforme. Contrastare la disinformazione non significa soltanto chiedere alle aziende di intervenire maggiormente sui contenuti, ma anche rendere verificabile ciò che esse fanno. Se le piattaforme adottano in modo autonomo regole, algoritmi e procedure di moderazione, diventa necessario poter valutare dall'esterno quali criteri vengono applicati, con quali risultati e quali conseguenze producano sugli utenti. È possibile distinguere diversi livelli di intervento, collocandoli lungo un continuum che va dalla sostanziale assenza di nuove misure fino alla regolamentazione statale. Tra questi estremi si trovano l'autoregolamentazione volontaria delle aziende, forme di autoregolamentazione sottoposte ad audit indipendenti, la creazione di organismi formali di autoregolamentazione e, soprattutto, la co-regolamentazione. Quest'ultima combina una base normativa pubblica con regole operative alla cui definizione partecipa l'industria. Un altro tema importante riguarda il crescente ricorso a sistemi automatizzati e all'intelligenza artificiale per la moderazione su larga scala. La quantità di contenuti pubblicati quotidianamente rende infatti estremamente difficile affidare la gestione esclusivamente a operatori umani. Le tecnologie automatizzate possono essere utilizzate, ad esempio, per individuare account potenzialmente automatizzati o identificare contenuti sospetti da sottoporre a successiva valutazione. L'utilizzo dell'intelligenza artificiale solleva un problema più generale di trasparenza algoritmica: non è sufficiente che le piattaforme dichiarino genericamente di utilizzare sistemi automatici contro i contenuti problematici, ma occorre sviluppare forme di controllo che consentano di comprendere e, possibilmente, verificare il funzionamento dei processi decisionali automatizzati. La possibilità di sottoporre tali sistemi ad audit contribuirebbe a evitare che algoritmi capaci di incidere sulla visibilità o sulla permanenza dei contenuti rimangano delle vere e proprie "scatole nere" sottratte al controllo degli utenti e dell'autorità. Questa esigenza di controllo diventa ancora più importante, considerando il rischio di *over-blocking*, cioè la possibilità che nel tentativo di contrastare contenuti dannosi vengano limitate anche comunicazioni perfettamente lecite. Una

strategia efficace contro la disinformazione non può essere valutata solamente sulla base della quantità di contenuti rimossi. Un sistema che elimina moltissimo materiale non è necessariamente migliore se, allo stesso tempo, produce numerosi falsi positivi (Marsden et al., 2020). Inoltre, il contrasto alla disinformazione sanitaria non può essere affidato esclusivamente alle piattaforme digitali, ma richiede il coinvolgimento diretto delle istituzioni pubbliche e sanitarie. La gestione delle infodemie deve essere concepita come un compito multisettoriale, nel quale governi, autorità sanitarie, professionisti della salute, ricercatori, media e imprese tecnologiche assumono funzioni complementari. Le strategie efficaci perciò non possono limitarsi a un singolo tipo di intervento, ma devono comprendere politiche normative, campagne di sensibilizzazione, miglioramento della qualità delle informazioni sanitaria e rafforzamento delle competenze digitali e sanitarie della popolazione. In questo contesto le istituzioni non dovrebbero limitarsi a reagire alla presenza di informazioni scorrette, ma dovrebbero sviluppare una capacità permanente di osservazione dell'ambiente informativo. I social media assumono una funzione che va oltre la semplice trasmissione di messaggi istituzionali: possono diventare veri e propri strumenti di ascolto della popolazione, permettendo alle autorità pubbliche di valutare le reazioni a un'emergenza, raccogliere informazioni provenienti direttamente dagli utenti e costruire una maggiore consapevolezza della situazione in tempo reale. Il ruolo istituzionale comprende anche la capacità di produrre e rendere facilmente accessibile formazione sanitaria affidabile, aggiornata e comprensibile. Borges do Nascimento et al. (2022) richiamano la necessità di creare e diffondere piattaforme semplici da utilizzare contenenti i dati basati sulle evidenze, aumentare la quantità di informazioni sanitarie di qualità disponibili online e migliorare il contenuto sanitario diffuso attraverso i mass-media. Per governi, autorità sanitarie, ricercatori e professionisti della salute, la diffusione di informazioni affidabili rappresenta quindi una funzione essenziale per controbilanciare la presenza di contenuti falsi o fuorvianti negli ambienti digitali. Inoltre l'intervento istituzionale non dovrebbe essere concepito come una comunicazione esclusivamente unidirezionale. I social media consentono di sviluppare forme di interazione bidirezionale tra autorità e cittadini. Le agenzie pubbliche possono utilizzare questi strumenti non soltanto per comunicare, ma anche per raccogliere feedback, verificare la comprensione dei messaggi, osservare le reazioni degli utenti e adattare di conseguenza le proprie strategie (Borges do Nascimento et al., 2022). Un esempio di istituzionalizzazione del contrasto alla disinformazione è rappresentato dall'esperienza del *New York City Department of Health and Mental Hygiene*, analizzato da Knudsen et al. (2023). Durante la pandemia, il dipartimento riconobbe che la disinformazione sul COVID-19 stava producendo conseguenze concrete sulla

salute pubblica e decise quindi di creare una *Misinformation Response Unit*, cioè un'unità dedicata specificamente al monitoraggio e alla gestione delle informazioni false o fuorvianti. La struttura non si limitava a osservare i social media più diffusi, ma prendeva in considerazione anche media in lingue diverse dall'inglese, fonti internazionali e discussioni presenti all'interno delle comunità locali. L'aspetto più rilevante di questa esperienza è il passaggio da una gestione occasionale della disinformazione a un vero e proprio modello organizzativo interno alla sanità pubblica. A partire da marzo 2021, l'unità venne formalmente inserita nella risposta del dipartimento alla pandemia e le furono attribuite funzioni specifiche: monitorare la circolazione di contenuti problematici, individuare rapidamente le questioni emergenti e valutare nel tempo se fosse necessario mantenere o modificare le strategie adottate. La *Misinformation Response Unit* adottava un modello di sorveglianza infodemica ispirato alla logica della sorveglianza epidemiologica: così come le autorità sanitarie cercano di identificare rapidamente la comparsa e la diffusione di un focolaio, allo stesso modo dovrebbero essere in grado di rilevare tempestivamente l'emergere di narrazioni, dubbi e falsità potenzialmente dannosi. Il sistema messo in atto non si basava su una singola fonte: l'unità integrava dati provenienti da rapporti di organizzazioni sanitarie, monitoraggio dei media e dei social network, segnalazioni di associazioni locali e religiose, sondaggi di opinione, focus group, incontri con operatori sanitari e feedback raccolti da altre agenzie cittadine. Particolarmente importante era inoltre il principio del *social listening*, inteso non semplicemente come controllo della disinformazione già circolante, ma come ascolto sistematico delle domande, delle emozioni e degli atteggiamenti della popolazione. L'esperienza del dipartimento di New York mostra anche l'importanza di costruire una rete stabile di collaborazione con soggetti radicati sul territorio. In questa prospettiva, la collaborazione con le comunità non rappresenta semplicemente un canale aggiuntivo di comunicazione ma un vero strumento di governance locale dell'infodemia. L'istituzione pubblica non agisce isolatamente, ma costruisce una rete di attori capaci di riportare informazioni dal territorio, interpretare le esigenze locali e contribuire alla diffusione di messaggi coerenti con le specificità delle comunità. L'esperienza analizzata evidenzia però anche i limiti dell'azione delle sole istituzioni sanitarie: pur avendo sviluppato una struttura interna articolata e una forte rete territoriale, il dipartimento riconobbe di possedere capacità limitate di incidere direttamente sulla circolazione della disinformazione all'interno delle grandi piattaforme social. Per questo motivo, nel 2021 il commissario sanitario di New York inviò una comunicazione alle principali aziende tecnologiche, chiedendo un maggiore impegno nella gestione della disinformazione intenzionale, con particolare attenzione ai principali attori diffusi e ai contenuti in lingua diverse dall'inglese. Questo mostra concretamente perché la

gestione del problema richieda un coordinamento tra autorità pubbliche e imprese digitali: le istituzioni possono monitorare, comprendere e organizzare la risposta sanitaria, ma non possiedono da sole gli strumenti necessari per intervenire sull'architettura e sulle politiche delle piattaforme (Knudsen et al., 2023). Un caso rilevante di cooperazione tra istituzioni sanitarie e piattaforme digitali è rappresentato dall'azione intrapresa dall'Organizzazione Mondiale della Sanità nelle prime fasi della pandemia. Dopo la dichiarazione del COVID-19 come emergenza di sanità pubblica di rilevanza internazionale, l'OMS avviò EPI-WIN, WHO *Information Network for Epidemics*, una piattaforma finalizzata a distribuire informazioni adattate a differenti gruppi destinatari attraverso una rete di soggetti e canali in grado di amplificarne la diffusione. L'elemento centrale della strategia non consisteva soltanto nel produrre contenuti affidabili, ma nel ridurre il più possibile il ritardo tra la comparsa di nuove domande o voci e la disponibilità di informazioni basate sulle evidenze. Per rendere questa attività operativa, l'OMS aveva predisposto un sistema di collaborazione interna tra personale dedicato ai social media, esperti di comunicazione del rischio e i professionisti coinvolti nella piattaforma EPI-WIN. I segnali provenienti dall'ambiente digitale venivano raccolti e successivamente sottoposti agli esperti competenti, che contribuivano a formulare risposte supportate dalle evidenze disponibili (Zarocostas, 2020).

5.4 Implicazioni per la comunicazione sanitaria: lezioni apprese e best practice derivanti dal caso COVID-19

L'esperienza maturata durante la pandemia di COVID-19 ha evidenziato come la comunicazione rappresenti una componente essenziale della gestione delle emergenze sanitarie, al pari delle misure più propriamente epidemiologiche e organizzative. Una delle principali lezioni emerse dalla pandemia riguarda la necessità di considerare la comunicazione sanitaria non come un'attività accessoria alla definizione delle politiche pubbliche, ma come una parte integrante della stessa strategia di risposta. Hyland-Wood et al. (2021) evidenziano i limiti di un modello comunicativo puramente unidirezionale, nel quale le istituzioni elaborano le informazioni e si limitano successivamente a trasmetterle ai cittadini. La comunicazione del rischio dovrebbe essere percepita, al contrario, come un processo interattivo e continuativo di scambio tra istituzioni, individui e gruppi sociali. Un elemento centrale di questo approccio è rappresentato dalla costruzione dal mantenimento della fiducia pubblica. La fiducia costituisce una risorsa indispensabile per ottenere la collaborazione dei cittadini e favorire il mantenimento nel tempo dei comportamenti necessari a contenere un'emergenza sanitaria. In questo senso, una comunicazione efficace dovrebbe essere strettamente collegata alla trasparenza delle

istituzioni. A questa dimensione si collega all'importanza del coinvolgimento della comunità: la pandemia ha mostrato che considerare il pubblico come un insieme omogeneo di destinatari passivi rischia di ridurre l'efficacia delle strategie comunicative. Le persone possiedono esperienze, valori, conoscenze e condizioni di vita differenti, che incidono tanto sull'interpretazione dei messaggi quanto sulla possibilità concreta di seguire le indicazioni ricevute. Sul piano propriamente operativo, una prima best practice consiste nella chiarezza dei messaggi. Durante un'emergenza le persone devono poter comprendere rapidamente che cosa è richiesto loro, quali comportamenti devono adottare e quali invece evitare. Le indicazioni dovrebbero pertanto essere concrete, specifiche e formulate in modo da ridurre lo sforzo necessario alla loro interpretazione. A questo si aggiunge la necessità di garantire, per quanto possibile, coerenza tra le comunicazioni diffuse dalle diverse autorità. Un secondo principio riguarda la credibilità del comunicatore: la sola correttezza del contenuto non garantisce infatti che un messaggio venga accettato, è importante che le informazioni siano veicolate da soggetti considerati competenti e affidabili dai destinatari (Hyland-Wood et al., 2021). La credibilità, inoltre, non deve essere considerata una risorsa acquisita definitivamente, ma deve essere continuamente preservata attraverso competenza, onestà, trasparenza e attenzione nei confronti delle esigenze del pubblico. Accanto alla credibilità, gli autori attribuiscono particolare importanza all'empatia: una comunicazione istituzionale efficace non dovrebbe limitarsi a fornire dati e prescrizioni, ma dovrebbe mostrare consapevolezza delle difficoltà che le persone affrontano durante una crisi. L'espressione di comprensione e attenzione verso il benessere della popolazione può accrescere la credibilità del comunicatore e favorire una risposta più positiva alle raccomandazioni. Una delle lezioni più significative riguarda poi la gestione dell'incertezza. Le emergenze sanitarie sono inevitabilmente caratterizzate da conoscenze incomplete e in continua evoluzione; di conseguenza, cercare di offrire artificialmente un'immagine di assoluta certezza può rivelarsi controproducente. Le istituzioni dovrebbero comunicare tempestivamente anche quando le informazioni disponibili non sono ancora complete, spiegando con franchezza i limiti delle conoscenze esistenti. Nascondere o minimizzare l'incertezza può alimentare la percezione che le autorità stiano omettendo informazioni e spingere le persone verso fonti alternative, aumentando potenzialmente lo spazio disponibile per voci, disinformazione e teorie del complotto. È importante inoltre adattare la comunicazione ai diversi livelli di alfabetizzazione sanitaria e competenza numerica. Le informazioni epidemiologiche possono risultare difficili da comprendere, soprattutto quando vengono espresse attraverso probabilità, percentuali, modelli matematici o indicatori tecnici. La comunicazione istituzionale dovrebbe pertanto tradurre tali contenuti in forme

comprensibili, senza comprometterne l'accuratezza. La comunicazione, inoltre, dovrebbe essere orientata all'*empowerment* dei cittadini, fornendo non soltanto indicazioni su ciò che sarebbe opportuno fare, ma mettendo le persone nelle condizioni concrete di poterlo fare. L'adesione alle raccomandazioni sanitarie dipende infatti anche dalla disponibilità di risorse, opportunità e motivazioni. Hyland-Wood et al. (2021) ritengono che una lezione particolarmente rilevante per il contrasto alla disinformazione riguardi la necessità di adottare un approccio proattivo, anziché intervenire esclusivamente dopo la diffusione dei contenuti falsi. Sostengono infatti che la disponibilità tempestiva di informazioni fattuali e aggiornate possa contribuire a ridurre la vulnerabilità della popolazione nei confronti di informazioni false e teorie del complotto. Un'ulteriore lezione ricavabile dall'esperienza della pandemia riguarda la necessità di considerare le caratteristiche specifiche dell'ambiente digitale nel quale oggi si svolge una parte rilevante della comunicazione sanitaria. La diffusione di informazioni false sui social media non può infatti essere interpretata esclusivamente come conseguenza della convinzione di utenti nella loro veridicità. Pennycook e Rand (2021) evidenziano una significativa distanza tra ciò che gli individui ritengono vero e ciò che sono disposti a condividere online. Questo fenomeno è stato riscontrato anche in relazione a contenuti riguardanti il COVID-19: quando viene chiesto di valutarne esplicitamente l'accuratezza, gli individui distinguono in maniera sensibilmente migliore le notizie vere da quelle false rispetto a quando devono semplicemente decidere se condividerle. Questa distinzione assume particolare rilevanza nella definizione delle strategie di contrasto alla disinformazione sanitaria. Secondo gli autori, infatti, una parte consistente della condivisione di contenuti falsi può essere ricondotta alla mancata attenzione verso l'accuratezza nel momento in cui l'utente decide cosa pubblicare o rilanciare. Le caratteristiche stesse dei social media possono contribuire a questo fenomeno: piattaforme costruite intorno a indicatori quali like, commenti, condivisioni e click tendono a indirizzare l'attenzione verso l'engagement, facendo sì che la veridicità dell'informazione non costituisca necessariamente il criterio prioritario nel momento della condivisione. In questo senso, la disinformazione non deriva soltanto dall'incapacità di riconoscere un contenuto falso, ma anche dal fatto che, all'interno dell'esperienza quotidiana sui social network, gli utenti possono non interrogarsi affatto sulla sua accuratezza. La pandemia ha inoltre messo in evidenza un limite delle soluzioni basate esclusivamente sull'identificazione automatizzata dei contenuti problematici. I sistemi algoritmici devono confrontarsi con una disinformazione che evolve rapidamente e assume forme nuove in funzione degli eventi. Proprio il COVID-19 può essere usato come esempio: sistemi sviluppati prevalentemente per riconoscere contenuti falsi di carattere politico potevano non essere

adeguatamente preparati a individuare le nuove affermazioni false o fuorvianti relative alla salute emerse nel 2020. Ciò suggerisce che la risposta alle future crisi informative non possa dipendere da un unico strumento tecnologico statico, ma debba mantenere una capacità di adattamento rispetto alla continua evoluzione delle narrative disinformative (Pennycook & Rand, 2021). Inoltre, possiamo ricavare un insegnamento emerso dalla pandemia riguardo la necessità di valutare l'efficacia della comunicazione sanitaria non soltanto in base alla capacità di tradursi in comportamenti concreti da parte della popolazione. Finset et al. (2020) sottolineano come, durante un'emergenza sanitaria, conoscere le raccomandazioni non equivalga necessariamente a metterle in pratica: anche quando i cittadini dispongono delle stesse informazioni e comprendono quali comportamenti siano richiesti, l'adesione può risultare complessa, soprattutto quando è necessario modificare abitudini consolidate e azioni svolte quasi automaticamente. La pandemia ha quindi reso particolarmente evidente il cosiddetto *intention-behavior gap*, ovvero la distanza che può separare l'intenzione di adottare un determinato comportamento dalla sua effettiva realizzazione. Questa considerazione comporta un cambiamento importante nel modo di concepire la comunicazione istituzionale: l'obiettivo non dovrebbe essere semplicemente quello di dire ai cittadini che cosa fare, ma anche quello di aiutarli a comprendere perché una determinata azione sia efficace e in che modo possa concretamente ridurre il rischio. Gli autori richiamano a questo proposito l'utilità di costruire nella popolazione un modello mentale comprensibile del meccanismo attraverso cui avvengono il contagio e la prevenzione. Comprendere il percorso attraverso il quale un agente infettivo si diffonde permette infatti di attribuire un significato alle raccomandazioni ricevute e di ricordare più facilmente quali azioni possano interromperne la trasmissione. La comunicazione sanitaria dovrebbe quindi evitare che le indicazioni vengano percepite come una semplice successione di prescrizioni, favorendo invece la comprensione della logica che le sostiene. Particolarmente interessante è anche il principio secondo cui risulta spesso più efficace indicare un comportamento alternativo anziché limitarsi a vietarne uno. Una comunicazione formulata esclusivamente attraverso divieti può lasciare il cittadino senza una modalità immediata per sostituire un'abitudine ormai consolidata. Finset et al. (2021) richiamano, ad esempio, la necessità emersa durante la pandemia di sostituire la stretta di mano con altre forme di saluto compatibili con il distanziamento. Rendere l'alternativa semplice, visibile e facilmente integrabile nelle routine quotidiane può contribuire ad aumentare la percezione di autoefficacia, cioè la convinzione dell'individuo di essere effettivamente in grado di adottare il comportamento richiesto. Da questa prospettiva emerge una best practice più generale: la comunicazione sanitaria dovrebbe essere progettata, tenendo conto delle scienze

comportamentali, anziché presupporre che l'esposizione a un'informazione corretta produca automaticamente una risposta coerente. Le campagne istituzionali dovrebbero quindi identificare preventivamente gli ostacoli che possono impedire l'adozione delle raccomandazioni e produrre comportamenti specifici, concretamente realizzabili e compatibili con la vita quotidiana (Finset et al., 2020). L'esperienza del COVID-19 ha evidenziato che la gestione delle emergenze sanitarie deve comprendere non soltanto il monitoraggio dell'andamento epidemiologico, ma anche quello dell'ambiente informativo nel quale i cittadini e istituzioni si trovano ad agire. Eyesenbach (2020) osserva come proprio durante la pandemia l'infodemiologia sia stata riconosciuta dalle organizzazioni di sanità pubblica e dall'Organizzazione Mondiale della Sanità come un ambito emergente di ricerca e, soprattutto, come una componente rilevante della risposta alle crisi sanitarie. Secondo questa prospettiva, la gestione dell'infodemia viene organizzata intorno a quattro pilastri: monitoraggio dell'informazione, rafforzamento dell'alfabetizzazione sanitaria e scientifica, miglioramento dei processi di controllo della qualità delle informazioni e corretta e tempestiva traduzione delle conoscenze scientifiche. Tra questi aspetti, una delle implicazioni più significative per le future strategie istituzionali riguarda la necessità di sviluppare i sistemi di sorveglianza dell'ambiente informativo, secondo una logica per certi versi analoga a quella utilizzata nella sorveglianza epidemiologica. Inoltre, è rilevante il processo attraverso cui la conoscenza scientifica viene trasformata in informazione destinata al pubblico: uno dei principali problemi dell'infodemia non consiste semplicemente nella presenza di informazioni false all'interno della produzione scientifica, quanto nella difficoltà di trasformare una grande quantità di conoscenze specialistiche in indicazioni concretamente utilizzabili dai diversi destinatari. Il modello proposto dall'autore distingue quattro livelli dell'ecosistema informativo (scienza, politica e pratica sanitaria, mezzi di informazione e social media) tra i quali le conoscenze vengono continuamente trasferite e reinterpretate. Per rendere chiaro questo processo possiamo analizzare l'*Information Cake Model*: la produzione scientifica occupa lo strato superiore e quantitativamente più ristretto, mentre i social media costituiscono quello più ampio, caratterizzato da una quantità molto maggiore di informazioni e da un controllo più limitato. Tra questi livelli avvengono continui processi di traduzione e interpretazione. Di conseguenza, la sfida per le istituzioni non consiste soltanto nel produrre conoscenze scientifiche corrette, ma nel garantire che tali conoscenze arrivino ai diversi pubblici conservando, per quanto possibile, il loro significato originario. Un'ulteriore best practice per la comunicazione sanitaria consiste nel rafforzare i meccanismi di *knowledge translation*, trasformando le evidenze scientifiche in messaggi comprensibili e orientati all'azione, ma al tempo stesso riducendo le possibili fonti di

distorsione. Quando queste influenze non possono essere eliminate, dovrebbero almeno essere rese esplicite e riconoscibili. La pandemia ha reso questo compito particolarmente complesso a causa dell'eccezionale velocità con cui venivano prodotte nuove evidenze. Ricercatori, decisori politici, giornalisti e cittadini si sono trovati a dover elaborare quotidianamente una quantità di informazioni scientifiche difficilmente gestibile in tempo reale. Soprattutto nelle prime fasi di una crisi, ciò che viene considerato un "fatto" dovrebbe essere interpretato più prudentemente come la migliore evidenza disponibile in quel momento. Questa considerazione aggiunge un elemento importante alle best practice istituzionali: la comunicazione dovrebbe aiutare il pubblico a comprendere come viene prodotta e progressivamente raffinata la conoscenza scientifica. Durante un'emergenza non tutte le informazioni possiedono infatti lo stesso grado di consolidamento, all'interno dello stesso ecosistema possono coesistere contenuti ancora preliminari, come i *preprint* non sottoposti a revisione, e risultati scientifici maggiormente consolidati. Diventa importante rendere chiaramente riconoscibile la provenienza dell'informazione e lo stadio del processo di produzione della conoscenza nel quale essa si colloca. Una delle lezioni più rilevanti lasciate dalla pandemia è che gestire le informazioni significa, in parte, gestire l'emergenza stessa. Le istituzioni sanitarie dovrebbero dotarsi preventivamente di strumenti per monitorare l'ecosistema digitale, individuare i bisogni informativi e le narrazioni emergenti, distinguere i diversi livelli di solidità delle evidenze e garantire una traduzione accurata delle conoscenze scientifiche in indicazioni comprensibili e utilizzabili (Eysenbach, 2020). È importante ricordare che la pandemia ha evidenziato un insegnamento riguardante la necessità di considerare la comunicazione sanitaria non soltanto come uno strumento attraverso cui ottenere una risposta immediata dalla popolazione, ma come un mezzo per favorire i cambiamenti comportamentali sostenibili nel lungo tempo. Questo aspetto assume grande importanza nelle emergenze prolungate, durante le quali ai cittadini viene richiesto di modificare per periodi estesi numerose abitudini quotidiane. Porat et al. (2020) affrontano il problema attraverso la *Self-Determination Theory,* sostenendo che la capacità di mantenere determinati comportamenti dipende anche dalla soddisfazione di tre bisogni psicologici fondamentali: autonomia, intesa come percezione di potere esercitare una scelta; competenza, cioè sentirsi capaci di mettere concretamente in pratica il comportamento richiesto; e *relatedness*, riferita alla percezione di essere compresi, rispettati e connessi agli altri. Nel complesso, le lezioni apprese durante la pandemia di COVID-19 mostrano come una comunicazione sanitaria efficace non possa essere improvvisata nel momento in cui si manifesta un'emergenza, ma debba essere progettata e integrata preventivamente nelle strategie di sanità pubblica. Chiarezza, trasparenza, tempestività, capacità di comunicare l'incertezza e

attenzione alle caratteristiche dei diversi destinatari rappresentano elementi fondamentali non soltanto per favorire l'adesione alle raccomandazioni, ma anche per preservare la fiducia nelle istituzioni e limitare lo spazio nel quale possono proliferare informazioni false o fuorvianti. L'esperienza pandemica ha inoltre evidenziato la necessità di affiancare alla comunicazione tradizionale un monitoraggio costante dell'ecosistema informativo e una maggiore attenzione ai meccanismi attraverso cui le informazioni vengono comprese, condivise e trasformate in comportamenti concreti. Prepararsi alle future emergenze sanitarie significa, quindi, anche costruire sistemi comunicativi capaci di adattarsi rapidamente all'evoluzione delle conoscenze scientifiche e dei bisogni informativi della popolazione, riconoscendo la qualità della comunicazione come una componente essenziale della stessa capacità di risposta alla crisi.

CONCLUSIONI

Il presente elaborato ha analizzato il fenomeno delle fake news e della disinformazione con l'obiettivo di comprenderne la complessità e individuare i principali fattori che ne favoriscono la diffusione e la credibilità, concentrando particolare attenzione sull'esperienza della pandemia di COVID-19. L'analisi ha permesso di osservare il fenomeno da prospettive diverse ma strettamente collegate, mettendo in relazione la sua dimensione storica e concettuale con i fattori che influenzano la vulnerabilità individuale, le caratteristiche dell'ecosistema informativo attuale, il ruolo della comunicazione istituzionale e le possibili strategie di contrasto. Un primo elemento emerso riguarda la necessità di non considerare le fake news come un fenomeno esclusivamente contemporaneo. La manipolazione dell'informazione ha infatti accompagnato la storia della comunicazione per secoli, mentre Internet e i social media ne hanno modificato soprattutto la velocità, la portata e le modalità di diffusione. L'attuale ambiente digitale permette ai contenuti di raggiungere rapidamente un pubblico molto ampio e può favorire la visibilità di informazioni sensazionalistiche o emotivamente coinvolgenti. La stessa difficoltà nel definire in maniera univoca il concetto di fake news evidenzia inoltre la complessità del fenomeno e la necessità di distinguere tra diverse forme di informazione falsa o manipolata. La pandemia di COVID-19 ha rappresentato un caso particolarmente significativo di queste dinamiche: all'emergenza sanitaria si è infatti affiancata un'infodemia caratterizzata da una quantità eccezionale di informazioni, all'interno della quale contenuti attendibili, conoscenze ancora preliminari, opinioni e informazioni false hanno circolato contemporaneamente. In un contesto segnato da forte incertezza e da una continua ricerca di risposte, la disinformazione ha trovato condizioni particolarmente favorevoli alla propria diffusione. Le numerose fake news e teorie del complotto emerse durante l'emergenza hanno inoltre dimostrato come le conseguenze della disinformazione possano superare la dimensione puramente informativa, incidendo sulla percezione del rischio, sulla fiducia nelle istituzioni e sulle decisioni relative alla salute. Uno dei principali aspetti emersi dall'elaborato riguarda l'impossibilità di individuare un'unica causa della vulnerabilità alla disinformazione: la credenza nelle fake news deriva piuttosto dall'interazione tra fattori cognitivi, emotivi, individuali e sociali. Bias ed euristiche possono influenzare il modo in cui le informazioni vengono elaborate, mentre una maggiore propensione al ragionamento analitico può favorire la capacità di distinguere i contenuti veri e falsi. Allo stesso tempo, emozioni come paure e ansia, particolarmente presenti durante una situazione di crisi, possono incidere sul processo di valutazione delle informazioni. Anche caratteristiche come le competenze numeriche e digitali, insieme all'appartenenza sociale, alla fiducia nelle fonti percepite come vicine e alle dinamiche

dell'ambiente online, contribuiscono a spiegare perché alcuni individui risultino maggiormente suscettibili alla disinformazione. La complessità di questi meccanismi aiuta a comprendere anche le difficoltà incontrate nel correggere una falsa credenza. La resistenza alla correzione e il *continued influence effect* mostrano infatti come la disinformazione possa continuare a influenzare il ragionamento anche dopo essere stata smentita. Gli interventi reattivi, tra cui il *fact-checking*, rappresentano quindi strumenti necessari, ma non sempre sufficienti. Per questa motivazione assumono particolare importanza anche gli interventi preventivi, come l'inoculazione psicologica e il *prebunking*, che mirano a fornire agli individui strumenti utili a riconoscere anticipatamente tecniche e contenuti manipolativi. Nel complesso, quanto emerso evidenzia la necessità di adottare un approccio integrato al contrasto della disinformazione. La responsabilità non può essere attribuita esclusivamente agli individui ma deve essere condivisa tra cittadini, piattaforme digitali, mezzi di informazione e istituzioni. Accanto agli strumenti di correzione e prevenzione risulta fondamentale promuovere l'alfabetizzazione mediatica e digitale, aumentare la responsabilità degli attori che contribuiscono alla circolazione dei contenuti e migliorare la qualità della comunicazione pubblica. Proprio l'esperienza del COVID-19 ha evidenziato quanto la comunicazione istituzionale rappresenti una componente essenziale nella gestione di un'emergenza. La tempestività, la chiarezza, la trasparenza e la capacità di comunicare l'incertezza scientifica possono contribuire a preservare la fiducia e ad aiutare i cittadini a orientarsi all'interno di un ambiente informativo complesso. L'evoluzione delle conoscenze scientifiche non dovrebbe essere nascosta o presentata come una debolezza, ma spiegata adeguatamente affinché eventuali cambiamenti nelle indicazioni non vengano interpretati come incoerenza o incompetenza. In conclusione, la disinformazione emerge come un fenomeno complesso che nasce dall'interazione tra caratteristiche individuali, dinamiche sociali, tecnologie digitali e qualità dell'ambiente comunicativo. Per questo motivo non appare realistico individuare una singola soluzione capace di eliminare completamente le fake news. Un obiettivo più concreto consiste nel limitarne la diffusione e soprattutto le conseguenze, rafforzando la capacità degli individui e dell'intero ecosistema informativo di riconoscerle e contrastarle. La pandemia di COVID-19 ha mostrato con particolare evidenza che la qualità delle informazioni non costituisce un elemento secondario nella gestione di una crisi, ma può incidere direttamente sulle percezioni, sui comportamenti e sulle decisioni collettive. Le lezioni apprese durante l'emergenza assumono perciò un valore che supera il contesto pandemico: investire nella qualità della comunicazione, nella fiducia, nell'alfabetizzazione e nella capacità critica dei cittadini rappresenta una condizione fondamentale per costruire una società

maggiormente preparata e resiliente di fronte alla disinformazione e alle future situazioni di crisi.

BIBLIOGRAFIA

- Adams, D. R., Ratcliff, C. L., Pokharel, M., Jensen, J. D., & Liao, Y. (2024). Communicating scientific uncertainty in the early stages of the COVID-19 pandemic: A message experiment. *Risk Analysis, 44*(7), 1700–1715. https://doi.org/10.1111/risa.14256
- Agley, J., & Xiao, Y. (2021). Misinformation about COVID-19: Evidence for differential latent profiles and a strong association with trust in science. *BMC Public Health, 21*, 89. https://doi.org/10.1186/s12889-020-10103-x
- Algan, Y., Cohen, D., Davoine, E., Foucault, M., & Stantcheva, S. (2021). Trust in scientists in times of pandemic: Panel evidence from 12 countries. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 118*(40), e2108576118. https://doi.org/10.1073/pnas.2108576118
- Arghittu, A., Dettori, M., Dempsey, E., Deiana, G., Angelini, C., Bechini, A., Bertoni, C., Boccalini, S., Bonanni, P., Cinquetti, S., Chiesi, F., Chironna, M., Costantino, C., Ferro, A., Fiacchini, D., Icardi, G., Poscia, A., Russo, F., Siddu, A., … Castiglia, P. (2021). Health communication in COVID-19 era: Experiences from the Italian VaccinarSì network websites. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(11), 5642. https://doi.org/10.3390/ijerph18115642
- Ayosanmi, O. S., Alli, B. Y., Akingbule, O. A., Alaga, A. H., Perepelkin, J., Marjorie, D., Sansgiry, S. S., & Taylor, J. (2022). Prevalence and correlates of self-medication practices for prevention and treatment of COVID-19: A systematic review. *Antibiotics, 11*(6), 808. https://doi.org/10.3390/antibiotics11060808
- Baker, N. (2021, January 4). The lab-leak hypothesis. *New York Magazine*. https://nymag.com/intelligencer/article/coronavirus-lab-escape-theory.html
- *Baptista, J. P., & Gradim, A. (2022). A working definition of fake news. Encyclopedia, 2(1), 632–645. https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010043*
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research, 49*(2), 192–205. https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353
- Bin Naeem, S., & Kamel Boulos, M. N. (2021). COVID-19 misinformation online and health literacy: A brief overview. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(15), 8091. https://doi.org/10.3390/ijerph18158091
- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the*

National Academy of Sciences, 114(28), 7313–7318. https://doi.org/10.1073/pnas.1618923114

- Brashier, N. M., & Schacter, D. L. (2020). Aging in an era of fake news. *Current Directions in Psychological Science, 29*(3), 316–323. https://doi.org/10.1177/0963721420915872
- Bruns, A., Harrington, S., & Hurcombe, E. (2020). 'Corona? 5G? or both?': The dynamics of COVID-19/5G conspiracy theories on Facebook. *Media International Australia, 177*(1), 12–29. https://doi.org/10.1177/1329878X20946113
- Bruns, H., Dessart, F. J., Krawczyk, M., Lewandowsky, S., Pantazi, M., Pennycook, G., Schmid, P., & Smillie, L. (2024). Investigating the role of source and source trust in prebunks and debunks of misinformation in online experiments across four EU countries. *Scientific Reports, 14*(1), Article 20723. https://doi.org/10.1038/s41598-024-71599-6
- Burkhardt, J. M. (2017). History of fake news. *Library Technology Reports, 53*(8), 5–9.
- Calleja, N., AbdAllah, A., Abad, N., Ahmed, N., Albarracin, D., Altieri, E., Anoko, J. N., Arcos, R., Azlan, A. A., Bayer, J., Bechmann, A., Bezbaruah, S., Briand, S. C., Brooks, I., Bucci, L. M., Burzo, S., Czerniak, C., De Domenico, M., Dunn, A. G., … Purnat, T. D. (2021). A public health research agenda for managing infodemics: Methods and results of the first WHO infodemiology conference. *JMIR Infodemiology, 1*(1), e30979. https://doi.org/10.2196/30979
- Chipidza, W., Akbaripourdibazar, E., Gwanzura, T., & Gatto, N. M. (2022). Topic analysis of traditional and social media news coverage of the early COVID-19 pandemic and implications for public health communication. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness, 16*(5), 1881–1888. https://doi.org/10.1017/dmp.2021.65
- Choukou, M.-A., Sanchez-Ramirez, D. C., Pol, M., Uddin, M., Monnin, C., & Syed-Abdul, S. (2022). COVID-19 infodemic and digital health literacy in vulnerable populations: A scoping review. *Digital Health, 8*, 20552076221076927. https://doi.org/10.1177/20552076221076927
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 118*(9), e2023301118. https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118

- Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports, 10*(1), Article 16598. https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5
- Crabu, S., Giardullo, P., Sciandra, A., & Neresini, F. (2021). Politics overwhelms science in the Covid-19 pandemic: Evidence from the whole coverage of the Italian quality newspapers. *PLOS ONE, 16*(5), e0252034. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0252034
- do Nascimento, I. J. B., Pizarro, A. B., Almeida, J. M., Azzopardi-Muscat, N., Gonçalves, M. A., Björklund, M., & Novillo-Ortiz, D. (2022). Infodemics and health misinformation: A systematic review of reviews. *Bulletin of the World Health Organization, 100*(9), 544–561. https://doi.org/10.2471/BLT.21.287654
- Eichengreen, B., Aksoy, C. G., & Saka, O. (2021). Revenge of the experts: Will COVID-19 renew or diminish public trust in science? *Journal of Public Economics, 193*, 104343. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2020.104343
- Eisenstein, E. L. (1983). *The printing revolution in early modern Europe*. Cambridge University Press.
- European Commission. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation*. Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2759/739290
- Eysenbach, G. (2002). Infodemiology: The epidemiology of (mis)information. *The American Journal of Medicine, 113*(9), 763–765. https://doi.org/10.1016/S0002-9343(02)01473-0
- Eysenbach, G. (2020). How to fight an infodemic: The four pillars of infodemic management. *Journal of Medical Internet Research, 22*(6), e21820. https://doi.org/10.2196/21820 .
- Finset, A., Bosworth, H., Butow, P., Gulbrandsen, P., Hulsman, R. L., Pieterse, A. H., Street, R., Tschoetschel, R., & van Weert, J. (2020). Effective health communication—A key factor in fighting the COVID-19 pandemic. *Patient Education and Counseling, 103*(5), 873–876. https://doi.org/10.1016/j.pec.2020.03.027
- Fissi, S., Gori, E., & Romolini, A. (2022). Social media government communication and stakeholder engagement in the era of Covid-19: Evidence from Italy. *International Journal of Public Sector Management, 35*(3), 276–293. https://doi.org/10.1108/IJPSM-06-2021-0145

- Flaherty, E., Sturm, T., & Farries, E. (2022). The conspiracy of Covid-19 and 5G: Spatial analysis fallacies in the age of data democratization. *Social Science & Medicine, 293*, 114546. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114546
- Flanagin, A. J., Winter, S., & Metzger, M. J. (2020). Making sense of credibility in complex information environments: The role of message sidedness, information source, and thinking styles in credibility evaluation online. *Information, Communication & Society, 23*(7), 1038–1056. https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1547411
- Frederick, S. (2005). Cognitive reflection and decision making. *Journal of Economic Perspectives, 19*(4), 25–42. https://doi.org/10.1257/089533005775196732
- Georgiou, N., Delfabbro, P., & Balzan, R. (2020). COVID-19-related conspiracy beliefs and their relationship with perceived stress and pre-existing conspiracy beliefs. *Personality and Individual Differences, 166*, 110201. https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110201
- Greatrex, G. (2022). *Procopius of Caesarea: The Persian Wars: A historical commentary*. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781107282025
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances, 5*(1), eaau4586. https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586
- Han, P. K. J., Scharnetzki, E., Scherer, A. M., Thorpe, A., Lary, C., Waterston, L. B., Fagerlin, A., & Dieckmann, N. F. (2021). Communicating scientific uncertainty about the COVID-19 pandemic: Online experimental study of an uncertainty-normalizing strategy. *Journal of Medical Internet Research, 23*(4), e27832. https://doi.org/10.2196/27832
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, 16*(1), 107–112. https://doi.org/10.1016/S0022-5371(77)80012-1
- Hyland-Wood, B., Gardner, J., Leask, J., & Ecker, U. K. H. (2021). Toward effective government communication strategies in the era of COVID-19. *Humanities and Social Sciences Communications, 8*, Article 30. https://doi.org/10.1057/s41599-020-00701-w
- Islam, M. S., Kamal, A.-H. M., Kabir, A., Southern, D. L., Khan, S. H., Hasan, S. M. M., Sarkar, T., Sharmin, S., Das, S., Roy, T., Harun, M. G. D., Chughtai, A. A., Homaira, N., & Seale, H. (2021). COVID-19 vaccine rumors and conspiracy theories: The need for cognitive inoculation against misinformation to improve vaccine adherence. *PLOS ONE, 16*(5), e0251605. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251605

- Jaspal, R., & Nerlich, B. (2023). Social representations of COVID-19 skeptics: Denigration, demonization, and disenfranchisement. *Politics, Groups, and Identities, 11*(4), 750–770. https://doi.org/10.1080/21565503.2022.2041443
- Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition, 20*(6), 1420–1436. https://doi.org/10.1037/0278-7393.20.6.1420
- Kearney, M. D., Chiang, S. C., & Massey, P. M. (2020). The Twitter origins and evolution of the COVID-19 "plandemic" conspiracy theory. *Harvard Kennedy School Misinformation Review, 1*(3). https://doi.org/10.37016/mr-2020-42
- Klayman, J. (1995). Varieties of confirmation bias. In J. Busemeyer, R. Hastie, & D. L. Medin (Eds.), *Psychology of learning and motivation* (Vol. 32, pp. 385–418). Academic Press. https://doi.org/10.1016/S0079-7421(08)60315-1
- Knudsen, J., Perlman-Gabel, M., Uccelli, I. G., Jeavons, J., & Chokshi, D. A. (2023). Combating misinformation as a core function of public health. *NEJM Catalyst Innovations in Care Delivery, 4*(2). https://doi.org/10.1056/CAT.22.0198
- Krastev, S., Krajden, O., Vang, Z. M., Pérez-Gay Juárez, F., Solomonova, E., Goldenberg, M. J., Weinstock, D., Smith, M. J., Dervis, E., Pilat, D., & Gold, I. (2023). Institutional trust is a distinct construct related to vaccine hesitancy and refusal. *BMC Public Health, 23*, 2481. https://doi.org/10.1186/s12889-023-17345-5
- Lee, E. W. J., Bao, H., Wang, Y., & Lim, Y. T. (2023). From pandemic to Plandemic: Examining the amplification and attenuation of COVID-19 misinformation on social media. *Social Science & Medicine, 328*, 115979. https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.115979
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Cook, J., van der Linden, S., Roozenbeek, J., & Oreskes, N. (2023). Misinformation and the epistemic integrity of democracy. *Current Opinion in Psychology, 54*, Article 101711. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101711
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest, 13*(3), 106–131. https://doi.org/10.1177/1529100612451018
- Lurie, P., Adams, J., Lynas, M., Stockert, K., Carlyle, R. C., Pisani, A., & Evanega, S. D. (2022). COVID-19 vaccine misinformation in English-language news media:

Retrospective cohort study. *BMJ Open, 12*(6), e058956. https://doi.org/10.1136/bmjopen-2021-058956

- Mach, K. J., Salas Reyes, R., Pentz, B., Taylor, J., Costa, C. A., Cruz, S. G., Thomas, K. E., Arnott, J. C., Donald, R., Jagannathan, K., Kirchhoff, C. J., Rosella, L. C., & Klenk, N. (2021). News media coverage of COVID-19 public health and policy information. *Humanities and Social Sciences Communications, 8*, Article 220. https://doi.org/10.1057/s41599-021-00900-z
- Magarini, F. M., Pinelli, M., Sinisi, A., Ferrari, S., De Fazio, G. L., & Galeazzi, G. M. (2021). Irrational beliefs about COVID-19: A scoping review. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(19), 9839. https://doi.org/10.3390/ijerph18199839
- Malapela, R. G., Thupayagale-Tshweneagae, G., & Baratedi, W. M. (2023). Use of home remedies for the treatment and prevention of coronavirus disease: An integrative review. *Health Science Reports, 6*(1), e900. https://doi.org/10.1002/hsr2.900
- Malecki, K. M. C., Keating, J. A., & Safdar, N. (2021). Crisis communication and public perception of COVID-19 risk in the era of social media. *Clinical Infectious Diseases, 72*(4), 697–702. https://doi.org/10.1093/cid/ciaa758
- Marsden, C., Meyer, T., & Brown, I. (2020). Platform values and democratic elections: How can the law regulate digital disinformation? *Computer Law & Security Review, 36*, 105373. https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105373
- Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive Research: Principles and Implications, 5*, 47. https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3
- Mavragani, A. (2020). Infodemiology and infoveillance: Scoping review. *Journal of Medical Internet Research, 22*(4), e16206. https://doi.org/10.2196/16206
- Maxmen, A., & Mallapaty, S. (2021). The COVID lab-leak hypothesis: What scientists do and don't know. *Nature, 594*(7863), 313–315. https://doi.org/10.1038/d41586-021-01529-3
- Meese, J., Frith, J., & Wilken, R. (2020). COVID-19, 5G conspiracies and infrastructural futures. *Media International Australia, 177*(1), 30–46. https://doi.org/10.1177/1329878X20952165
- Moscadelli, A., Albora, G., Biamonte, M. A., Giorgetti, D., Innocenzio, M., Paoli, S., Lorini, C., Bonanni, P., & Bonaccorsi, G. (2020). Fake news and Covid-19 in Italy:

Results of a quantitative observational study. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(16), 5850. https://doi.org/10.3390/ijerph17165850

- Nabi, R. L. (2003). Exploring the framing effects of emotion: Do discrete emotions differentially influence information accessibility, information seeking, and policy preference? *Communication Research, 30*(2), 224–247. https://doi.org/10.1177/0093650202250881
- Nazar, S., & Pieters, T. (2021). Plandemic revisited: A product of planned disinformation amplifying the COVID-19 "infodemic". *Frontiers in Public Health, 9*, 649930. https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.649930
- Nguyen, C. T. (2020). Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme, 17*(2), 141–161. https://doi.org/10.1017/epi.2018.32
- Patil, U., Kostareva, U., Hadley, M., Manganello, J. A., Okan, O., Dadaczynski, K., Massey, P. M., Agner, J., & Sentell, T. (2021). Health literacy, digital health literacy, and COVID-19 pandemic attitudes and behaviors in U.S. college students: Implications for interventions. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 18*(6), 3301. https://doi.org/10.3390/ijerph18063301
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences, 25*(5), 388–402. https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007
- Peters, E. M. (2021). Reflections on *Innumeracy in the wild*. *Numeracy, 14*(1), Article 8. https://doi.org/10.5038/1936-4660.14.1.1379
- Porat, T., Nyrup, R., Calvo, R. A., Paudyal, P., & Ford, E. (2020). Public health and risk communication during COVID-19—Enhancing psychological needs to promote sustainable behavior change. *Frontiers in Public Health, 8*, 573397. https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.573397
- Radenković Šošić, B., & Koprivica Lelićanin, M. (2022). Institutional communication and the Covid-19 pandemic: Italian government media campaigns. *Etnoantropološki problemi / Issues in Ethnology and Anthropology, 17*(1), 285–302. https://doi.org/10.21301/eap.v17i1.10
- Ratcliff, C. L., Wicke, R., & Harvill, B. (2022). Communicating uncertainty to the public during the COVID-19 pandemic: A scoping review of the literature. *Annals of the International Communication Association, 46*(4), 260–289. https://doi.org/10.1080/23808985.2022.2085136
- Roozenbeek, J., Schneider, C. R., Dryhurst, S., Kerr, J., Freeman, A. L. J., Recchia, G., van der Bles, A. M., & van der Linden, S. (2020). Susceptibility to misinformation about

COVID-19 around the world. *Royal Society Open Science, 7*(10), 201199. https://doi.org/10.1098/rsos.201199

- Roozenbeek, J., van der Linden, S., Goldberg, B., Rathje, S., & Lewandowsky, S. (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. *Science Advances, 8*(34), eabo6254. https://doi.org/10.1126/sciadv.abo6254
- Ross, R. M., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2021). Beyond "fake news": Analytic thinking and the detection of false and hyperpartisan news headlines. *Judgment and Decision Making, 16*(2), 484–504. https://doi.org/10.1017/S1930297500008640
- Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2022). *Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: A literature review*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://doi.org/10.60625/risj-etxj-7k60
- Rovetta, A. (2021). The impact of COVID-19 on conspiracy hypotheses and risk perception in Italy: Infodemiological survey study using Google Trends. *JMIR Infodemiology, 1*(1), e29929. https://doi.org/10.2196/29929
- Rovetta, A., & Castaldo, L. (2021). Influence of mass media on Italian web users during the COVID-19 pandemic: Infodemiological analysis. *JMIRx Med, 2*(4), e32233. https://doi.org/10.2196/32233
- Soroya, S. H., Farooq, A., Mahmood, K., Isoaho, J., & Zara, S. E. (2021). From information seeking to information avoidance: Understanding the health information behavior during a global health crisis. *Information Processing & Management, 58*(2), 102440.
- Springer, S., Zieger, M., & Strzelecki, A. (2021). The rise of infodemiology and infoveillance during COVID-19 crisis. *One Health, 13*, 100288. https://doi.org/10.1016/j.onehlt.2021.100288
- Stubenvoll, M., Freiling, I., & Matthes, J. (2026). Resistant and misinformed: Understanding the role of elite perceptions and resistance strategies against COVID-19 reporting in legacy media in adopting COVID-19 misperceptions. *Digital Journalism, 14*(3), 550–572. https://doi.org/10.1080/21670811.2025.2501612
- Traberg, C. S., Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2022). Psychological inoculation against misinformation: Current evidence and future directions. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 700*(1), 136–151. https://doi.org/10.1177/00027162221087936
- Tsamakis, K., Tsiptsios, D., Stubbs, B., Ma, R., Romano, E., Mueller, C., Ahmad, A., Triantafyllis, A. S., Tsitsas, G., & Dragioti, E. (2022). Summarising data and factors

associated with COVID-19 related conspiracy theories in the first year of the pandemic: A systematic review and narrative synthesis. *BMC Psychology, 10*(1), 244. https://doi.org/10.1186/s40359-022-00959-6

- Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M., Crockett, M. J., Crum, A. J., Douglas, K. M., Druckman, J. N., Drury, J., Dube, O., Ellemers, N., Finkel, E. J., Fowler, J. H., Gelfand, M., Han, S., Haslam, S. A., Jetten, J., … Willer, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour, 4*(5), 460–471. https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z
- Van Bavel, J. J., & Pereira, A. (2018). The partisan brain: An identity-based model of political belief. *Trends in Cognitive Sciences, 22*(3), 213–224. https://doi.org/10.1016/j.tics.2018.01.004
- Van der Linden, S. (2024). Countering misinformation through psychological inoculation. In B. Gawronski (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 69, pp. 1–58). Academic Press. https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2023.11.001
- van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges, 1*(2), Article 1600008. https://doi.org/10.1002/gch2.201600008
- van der Linden, S., Panagopoulos, C., & Roozenbeek, J. (2020). You are fake news: Political bias in perceptions of fake news. *Media, Culture & Society, 42*(3), 460–470. https://doi.org/10.1177/0163443720906992
- van Prooijen, J.-W., & Douglas, K. M. (2017). Conspiracy theories as part of history: The role of societal crisis situations. *Memory Studies, 10*(3), 323–333. https://doi.org/10.1177/1750698017701615
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science, 359*(6380), 1146–1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559
- Walter, N., & Murphy, S. T. (2018). How to unring the bell: A meta-analytic approach to correction of misinformation. *Communication Monographs, 85*(3), 423–441. https://doi.org/10.1080/03637751.2018.1467564
- Walter, N., & Tukachinsky, R. (2020). A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen, and how to stop it? *Communication Research, 47*(2), 155–177. https://doi.org/10.1177/0093650219854600

- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. https://rm.coe.int/information-disorder-report-2017/1680766412
- Yaddanapudi, L., Hahn, J., & Ladikas, M. (2024). A multifaceted analysis of decreasing trust in health institutions in the EU during the COVID-19 pandemic. *Discover Public Health, 21*, 117. https://doi.org/10.1186/s12982-024-00240-8
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *The Lancet, 395*(10225), 676. https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X
- Zhao, R., Lu, X., Yang, J., & Li, B. (2024). Understanding the impact of communicating uncertainty about COVID-19 in the news: Randomized between-subjects factorial experiment. *Journal of Medical Internet Research, 26*, e51910. https://doi.org/10.2196/51910