

UNIVERSITÀ DEL PIEMONTE ORIENTALE
DIPARTIMENTO DI STUDI UMANISTICI

CORSO DI LAUREA IN FILOSOFIA POLITICA E STUDI CULTURALI

TESI DI LAUREA

Suscettibilità alla disinformazione: il viaggio della verità.

Comprendere il mondo nell'era della post-verità

Relatore:

Chiar.ma professoressa Erica Viola

Correlatore:

Chiar.ma professoressa Cristina Meini

Candidato:

Licciulli Filippo

Anno accademico 2023-2024

INDICE

Introduzione.....	1
Capitolo1. FAKE NEWS E MONDO DELL' INFORMAZIONE: <i>come viaggiano e ci colpiscono le notizie</i>	2
1.1 Il mondo dei mass media e di Internet: Come circolano le notizie?.....	2
1.2 Il ruolo dei social network nell'informazione.....	5
1.3 I pericoli derivanti dalle notizie: Le fake news e la bolla di filtraggio.....	9
Capitolo 2. EMPATIA E SOVRACCARICO INFORMATIVO: <i>come navigare fra le onde della disinformazione</i>	12
2.1 Strategie di Coping: Affrontare le fake news nella società moderna	12
2.2 Mettersi nei panni dell'altro: Il ruolo dell'empatia nell'informazione.....	15
2.3 Sovraccarico informativo e <i>tecnostress</i>	17
Capitolo 3. SUSCETTIBILITÀ ALLA DISINFORMAZIONE ED EMPATIA: UNO STUDIO PILOTA.....	20
3.1 Obiettivi e ipotesi.....	20
3.2 Metodo.....	21
3.2.1 Partecipanti.....	22
3.2.2 Procedura e strumento.....	23
3.3 Risultati.....	26
3.4 Discussioni.....	27
Conclusioni.....	29
Bibliografia.....	31

INTRODUZIONE

Questo studio esplora la possibilità che l'empatia e il tecnostress (condizione psicologica causata dall'uso eccessivo o dall'abuso della tecnologia digitale) siano correlati con una corretta valutazione della credibilità delle notizie.

Come suggerito da alcuni studi, ci troviamo in quella che viene definita l'era della post-verità (Riva, 2018; Condello & Andina, 2019), un periodo in cui le narrazioni e le credenze personali risultano spesso sovrastare la realtà dei fatti, e i media, specialmente digitali, giocano un ruolo fondamentale nella diffusione sia di informazioni (Smith & Anderson, 2018), sia di fake news, contribuendo con gli algoritmi dei social media a creare camere dell'eco e fenomeni di polarizzazione (Del Vicario et al., 2016; Sinderman et al., 2020).

Nel solco del lavoro di Vintilă (Vintilă, 2023), l'elaborato si propone in primo luogo di investigare la competenza individuale nel riconoscere e valutare la credibilità delle notizie, principalmente di attualità. In secondo luogo, l'indagine si concentra sull'impatto che queste notizie possono avere sulla percezione individuale della società.

Il presente lavoro cercherà di indagare il costrutto dell'empatia (Carrè, 2013) e le strategie di coping adottate per gestire lo stress, in particolare il tecnostress derivante dal sovraccarico informativo (Meier, 2015; Luqman et al., 2017; Ayyagari, 2011), provando a individuare dei punti di riferimento e degli strumenti o risorse che possano aiutare utenti e addetti ai lavori a puntare l'ago della bussola verso una consapevolezza profonda su come rimanere interconnessi e informati in maniera più sana in un mondo dei media dove tutto sembra essere in costante evoluzione.

CAPITOLO 1

FAKE NEWS E MONDO DELL'INFORMAZIONE: COME VIAGGIANO E COME CI COLPISCONO LE NOTIZIE

1.1 Il mondo dei mass media e di Internet: Come circolano le notizie?

Nell'epoca contemporanea, l'evoluzione dei media ha generato un contesto senza precedenti in cui la verità e la percezione della realtà si intrecciano in modo sempre più complesso. Viviamo in quella che alcuni studiosi definiscono l'"era della post-verità" (Riva, 2018), un periodo in cui le emozioni, le credenze personali e le narrazioni dominano spesso sulla base dei fatti oggettivi. In questa cornice, il mondo dei media svolge un ruolo cruciale, plasmando le nostre opinioni, influenzando i nostri comportamenti e definendo la nostra comprensione del mondo che ci circonda.

Prima dell'era digitale, i mass media erano principalmente costituiti da mezzi tradizionali come la stampa, la radio e la televisione. Questi mezzi erano caratterizzati da un flusso di informazioni unidirezionale, con poche opportunità di interazione o partecipazione da parte del pubblico. Tuttavia, con l'avvento di Internet e delle tecnologie digitali, questo scenario è cambiato radicalmente. Nell'era della post-verità, i mezzi tradizionali di diffusione dei media continuano a mantenere un ruolo fondamentale, ma si adattano alle sfide poste dalla diffusione delle informazioni in un contesto digitale. La stampa, la radio e la televisione, pur conservando la loro autorevolezza, devono ora competere con la velocità e l'ampiezza della diffusione delle notizie online. Questi mezzi si sono evoluti per integrare piattaforme digitali, offrendo contenuti online e interattivi per soddisfare le esigenze di un pubblico sempre più connesso. Tuttavia, la loro forza risiede ancora nella capacità di fornire analisi approfondite, approfondimenti e reportage che spesso mancano nelle fonti di informazione digitali (Stober, 2004). L'approccio più ponderato e accurato di questi mezzi tradizionali continua a essere una risorsa preziosa in un'epoca in cui la verità è spesso distorta o manipolata. Inoltre, la fiducia consolidata che il pubblico ha nei confronti di questi mezzi li rende un punto di riferimento essenziale per coloro che cercano fonti di informazione affidabili e verificate. In questo modo, i classici strumenti di media diffusion si adattano alla nuova fase del mondo dell'informazione, mantenendo la loro rilevanza e autorità nel panorama mediatico contemporaneo.

L'avvento del World Wide Web ha reso possibile l'accesso a una vasta quantità di informazioni in tempo reale, da qualsiasi parte del mondo e attraverso una molteplicità di dispositivi. Questo ha democratizzato l'accesso alle notizie e ha reso ogni individuo potenzialmente un produttore e un distributore di contenuti.

I social media, in particolare, hanno giocato un ruolo chiave in questa trasformazione. Piattaforme come Facebook, Twitter, Instagram e YouTube hanno rivoluzionato il modo in cui le persone comunicano, condividono notizie e interagiscono tra loro. La natura virale dei contenuti sui social media ha reso possibile la diffusione rapida e ampia delle informazioni, ma ha anche sollevato preoccupazioni riguardo alla veridicità e all'affidabilità delle stesse (Del Vicario et al., 2016).

In questo contesto, il concetto di "post-verità" ha guadagnato sempre più rilevanza. La post-verità si riferisce a un'epoca in cui le emozioni e le convinzioni personali spesso contano più dei fatti oggettivi nella formazione dell'opinione pubblica e nel processo decisionale. Questo fenomeno è stato alimentato dalla diffusione di notizie false o distorte attraverso i canali digitali e dai meccanismi di filtraggio delle informazioni che favoriscono la conferma delle proprie convinzioni piuttosto che l'apertura al confronto e alla discussione (Riva, 2018).

La sovrabbondanza di informazioni disponibili online ha anche portato alla creazione di "bolle informative", in cui le persone tendono a essere esposte principalmente a contenuti che confermano le loro opinioni preesistenti, isolandole da punti di vista alternativi e alimentando la polarizzazione sociale e politica (Del vicario et al., 2016).

Tuttavia, nonostante le sfide e le criticità associate alla rivoluzione digitale dei mass media, ci sono anche numerosi vantaggi e opportunità. La democratizzazione dell'informazione ha consentito a voci marginalizzate e comunità emarginate di trovare una piattaforma per esprimersi e condividere le proprie storie con il mondo. La partecipazione attiva del pubblico attraverso i social media ha ampliato il dibattito pubblico e ha reso possibile il coinvolgimento diretto con i decisori politici e le istituzioni. (Pogliano, 2020.)

Inoltre, le tecnologie digitali hanno reso possibile la personalizzazione e la diversificazione dell'offerta mediatica, consentendo agli utenti di accedere a contenuti su misura per i propri interessi e preferenze. Questo ha aperto nuove opportunità per gli operatori dei media di raggiungere e coinvolgere pubblici di nicchia e di sviluppare modelli di business innovativi.

La diffusione delle notizie è stata radicalmente trasformata dalla rivoluzione digitale e dalla diffusione dei social media. Le informazioni non sono più vincolate ai tradizionali canali di comunicazione, ma viaggiano istantaneamente e senza confini attraverso la rete globale. Questo rapido flusso di notizie permette una diffusione senza precedenti delle informazioni, consentendo a una notizia di attraversare il mondo in pochi istanti. Tuttavia, questa velocità eccessiva comporta rischi significativi, con la possibilità che le informazioni non verificate o false si diffondano rapidamente, influenzando opinioni e comportamenti prima che la verità abbia la possibilità di emergere.

La viralità delle notizie è diventata una caratteristica distintiva del mondo contemporaneo dei media. Un singolo post su un social media, una notizia sensazionale o un video virale possono propagarsi attraverso il globo in pochi minuti, raggiungendo milioni di persone e plasmando il dibattito pubblico su questioni di rilevanza globale. Questa viralità spesso deriva da una combinazione di fattori, tra cui l'emozionalità del contenuto, la sua capacità di suscitare indignazione o stupore, e la facilità con cui può essere condiviso attraverso le reti sociali online (Del Vicario et al., 2016)

Tuttavia, la viralità non è sinonimo di verità. In un mondo in cui le notizie possono essere create, manipolate e diffuse con facilità, diventa sempre più difficile distinguere tra informazioni accurate e false. La democratizzazione della produzione e della diffusione delle notizie attraverso i social media ha aperto la porta a una proliferazione di fonti e punti di vista, ma ha anche generato un ambiente in cui la verità è spesso oscurata dalla disinformazione e dalla propaganda (Pogliano, 2020).

In questa realtà complessa, il concetto stesso di verità è diventato oggetto di contestazione e manipolazione. Le narrazioni vengono costruite non solo sulla base dei fatti oggettivi, ma anche attraverso la selezione e l'interpretazione selettiva delle informazioni, in linea con gli interessi e le convinzioni di chi le promuove. Questo fenomeno è particolarmente evidente nel contesto politico, dove la manipolazione dell'informazione viene utilizzata per influenzare l'opinione pubblica, plasmare le elezioni e giustificare decisioni politiche controverse.

1.2 Il ruolo dei social network nell'informazione

Una delle domande a cui questo elaborato vorrebbe trovare una risposta è se il mondo dell'informazione possa essere ad oggi una sorta di specchio attraverso cui gli utenti possano non solo vedere e scoprire il mondo intorno a loro e ciò che vi accade ma anche in un certo senso comprenderlo, riuscendo ad orientarsi; la visione dei mass media come riflesso della realtà è stata oggetto di dibattito tra studiosi e teorici per decenni (Pogliano, 2020). I sostenitori argomentano che i mass media, tra cui televisione, giornali e siti di notizie online, fungono da specchio della società, rappresentando eventi, questioni e prospettive che esistono nel mondo reale. Secondo questa prospettiva, i contenuti mediatici sono una rappresentazione diretta delle realtà sociali, culturali e politiche del tempo, offrendo al pubblico una finestra sul mondo che li circonda. I progressi tecnologici e la crescita dei social media hanno complicato la visione dei mass media come riflesso della realtà. Con la proliferazione di contenuti generati dagli utenti e la confusione tra giornalismo professionale e reportage dei cittadini, il panorama della rappresentazione mediatica è diventato sempre più frammentato e decentralizzato e ciò, specialmente nell'ultimo decennio, ha portato a interrogativi sull'autenticità e l'affidabilità dei contenuti mediatici (Stober, 2004; Pogliano, 2020)

L'avvento dei social media ha rivoluzionato il modo in cui otteniamo e condividiamo informazioni. Queste piattaforme digitali hanno assunto un ruolo centrale nella diffusione delle notizie, offrendo un immediato accesso a una vasta gamma di contenuti provenienti da tutto il mondo. Attraverso piattaforme come Twitter, Facebook e Instagram, gli utenti possono accedere istantaneamente a notizie e aggiornamenti su eventi globali, politica, cultura e molto altro. Questa immediata disponibilità di informazioni consente una maggiore consapevolezza e partecipazione da parte del pubblico, dunque, i social media favoriscono un dialogo più aperto e inclusivo, consentendo agli individui di esprimere le proprie opinioni, condividere esperienze e connettersi con persone che condividono interessi simili, contribuendo così alla creazione di comunità virtuali. Questo processo prende il nome di “democratizzazione delle informazioni” e, attraverso l'azione dei social network, ha rivoluzionato il modo in cui le notizie vengono condivise e consumate (Smith & Anderson, 2018). Queste piattaforme digitali hanno aperto le porte a una partecipazione più ampia e inclusiva nel processo informativo, consentendo a una vasta gamma di individui di contribuire alla creazione e alla diffusione delle notizie.

Una delle principali caratteristiche della democratizzazione dell'informazione sui social network è la decentralizzazione della produzione e della diffusione dei contenuti.

Mentre nei media tradizionali, come la televisione e i giornali, le notizie sono spesso controllate da pochi attori dominanti, sui social network chiunque può diventare un editore di notizie (Stober, 2004). Gli utenti possono condividere contenuti, commentare eventi e partecipare attivamente al dibattito pubblico, contribuendo così a una maggiore diversità di voci e prospettive.

Altro punto saliente è la rapidità e la viralità di diffusione: i social network favoriscono un'interazione più diretta e immediata tra giornalisti, fonti di informazione e pubblico. Gli utenti possono contattare direttamente i giornalisti, condividere esperienze personali e segnalare notizie rilevanti, creando così un flusso costante di informazioni che alimenta il ciclo informativo (Smith & Anderson, 2018; Sinderman et al., 2020). Questo approccio collaborativo alla produzione delle notizie può portare a una maggiore trasparenza e accountability nel giornalismo, in quanto i giornalisti sono costantemente esposti al feedback e al controllo del pubblico. Inoltre, i social network offrono un accesso più ampio e immediato alle notizie, superando le barriere geografiche e linguistiche. Grazie alla diffusione istantanea dei contenuti sui social network, le notizie possono raggiungere un pubblico globale in pochi secondi, consentendo una maggiore consapevolezza e partecipazione da parte di individui in tutto il mondo. (Mustafaraj et al., 2017).

Il rovescio della medaglia di tale processo è però facilmente intuibile, una delle principali differenze tra la diffusione delle notizie sui social network e quella attraverso i media tradizionali è la natura decentralizzata dei primi. Nei social network, come detto precedentemente, chiunque può diventare un editore e condividere contenuti con una vasta audience. Sebbene tale democratizzazione abbia ampliato la varietà di voci ascoltabili, ha anche spalancato le porte alla diffusione di disinformazione e fake news, dato il marginale filtro editoriale volto alla verifica dell'accuratezza dei contenuti (Riva, 2018; Smith & Anderson, 2018).

Inoltre, la velocità e la viralità con cui le notizie si diffondono sui social network possono portare a un effetto domino, dove le informazioni false o non verificate vengono rapidamente amplificate da migliaia di utenti prima che possano essere corrette. Questo fenomeno è particolarmente evidente durante eventi di attualità, come disastri naturali o crisi politiche, dove la necessità di notizie tempestive può superare la verifica dei fatti e la mancanza di contesto e approfondimento. A causa delle limitazioni

di spazio e dell'attenzione fugace degli utenti, le notizie vengono spesso presentate in modo superficiale e sensazionalistico, senza fornire una comprensione completa dei fatti. Ciò può portare a una narrazione distorta degli eventi e alla diffusione di informazioni parziali o fuorvianti (Del Vicario et al., 2016).

Infine, rispetto ai media tradizionali, i social network offrono una maggiore interattività e partecipazione da parte degli utenti, essi possono commentare, condividere e reagire alle notizie in tempo reale, creando un'esperienza più coinvolgente e personalizzata.

Tuttavia, questa interattività può anche essere sfruttata per diffondere disinformazione e manipolare l'opinione pubblica poiché i social network sono caratterizzati da una mancanza di regolamentazione e trasparenza rispetto ai media tradizionali. Mentre le emittenti televisive, le stazioni radiofoniche e i giornali sono soggetti a regole e normative che garantiscono l'accuratezza e l'equilibrio delle informazioni, i social network operano in gran parte senza restrizioni. Ciò significa che gli utenti devono fare affidamento sulla propria capacità di discernere tra fonti affidabili e non affidabili e di verificare l'accuratezza delle informazioni prima di condividerle (Vargo, 2018; Silverman, 2016). Questo accade perché nei media tradizionali, come televisione, radio e giornali, la diffusione delle notizie è regolamentata da rigide normative e standard etici. Le emittenti e i giornalisti sono tenuti a rispettare principi come l'obiettività, l'accuratezza e l'equilibrio nella presentazione delle informazioni. Le leggi sulla diffamazione e la protezione della privacy, il regolamento deontologico ed etico di giornalisti e editori limitano ciò che può essere riportato e impongono responsabilità legali per la diffusione di notizie false o dannose. (Stober, 2004; Riva, 2018). Al contrario, sui social network, la diffusione delle notizie avviene in un contesto meno regolamentato in cui la vastità e la velocità della diffusione delle informazioni rendono difficile l'applicazione coerente delle regole di moderazione del contenuto. La capacità degli utenti di condividere rapidamente e amplificare le notizie può portare a una circolazione incontrollata di contenuti dannosi, senza il filtro editoriale presente nei media tradizionali. Mentre alcune piattaforme hanno implementato politiche interne per contrastare la disinformazione e il contenuto dannoso, spesso queste regole sono soggette ad interpretazione e possono variare da una piattaforma all'altra. Ciò può portare a una mancanza di coerenza nell'applicazione delle regole di moderazione del contenuto e a una maggiore diffusione di informazioni non verificate. (Riva 2018) Tuttavia, nonostante le differenze nelle regole di diffusione delle notizie, sia nei media tradizionali che sui social network sono emersi problemi relativi alla disinformazione,

alla manipolazione dell'opinione pubblica e alla violazione della privacy. Nei media tradizionali, la concentrazione di proprietà e l'agenda setting possono influenzare la narrazione delle notizie e limitare la diversità delle voci rappresentate. Nei social network, al contrario, l'algoritmo di selezione dei contenuti e la personalizzazione dell'esperienza dell'utente possono contribuire alla creazione di bolle informative e alla diffusione di informazioni fuorvianti; Per l'appunto uno dei rischi principali è rappresentato dalle fake news, ovvero notizie false che vengono deliberate o accidentalmente diffuse attraverso questi canali. Le fake news possono ingannare gli utenti, influenzare l'opinione pubblica e compromettere il dibattito pubblico su questioni importanti (Stober, 2004; Smith & Anderson, 2018; Mustafaraj et al., 2017).

1.3 I pericoli derivanti delle notizie: Le fake news e le bolle di filtraggio

Le fake news rappresentano una delle sfide più significative nel panorama informativo contemporaneo. Per fake news intendiamo: *“Le fake news sono notizie false create intenzionalmente dai loro produttori e non sono semplicemente il risultato di errori. Queste false informazioni si diffondono principalmente attraverso i social media, il che implica che sono indirizzate a un vasto pubblico.”* (Galeotti, 2019, pagina 60; Condello & Andina, 2019).

Di solito, le fake news sono motivate sia dal desiderio di manipolare le convinzioni delle persone in un contesto politico polarizzato, sia dal desiderio di attirare l'attenzione per aumentare i clic su determinati collegamenti e pagine a scopo di lucro (Condello & Andina, 2019), queste notizie false o parzialmente false possono influenzare l'opinione pubblica, minare la fiducia nelle fonti di informazione affidabili e compromettere il processo democratico (Calvillo et al., 2021).

Questo tipo di notizie possono essere create e diffuse per una varietà di motivi, tra cui scopi politici, economici o sociali. Per via dell'estrema viralità le conseguenze delle fake news possono essere devastanti. Possono generare panico e confusione tra il pubblico, alimentare il conflitto sociale e politico, e minare la fiducia nelle istituzioni e nei media tradizionali. Le fake news possono anche avere conseguenze concrete, come danni alla reputazione di un'azienda o a una persona, o persino violenze fisiche in casi estremi (Vasoughi et al., 2018; Vargo, 2018),

Crederci alle fake news può essere attribuito a diversi fattori psicologici e sociali che influenzano il modo in cui percepiamo e interpretiamo le informazioni. In primo luogo, la conferma delle nostre convinzioni preesistenti può giocare un ruolo significativo nel nostro accettare delle fake news. Siamo naturalmente inclini a cercare e interpretare le informazioni in modo da confermare ciò in cui già crediamo, un fenomeno noto come *bias di conferma*. Quando incontriamo una fake news che corrisponde alle nostre convinzioni o al nostro punto di vista, potremmo essere più inclini ad accettarla senza esaminare criticamente le sue fonti o la sua veridicità (Condello & Andina, 2019; Rini, 2017).

Inoltre, la nostra tendenza a fidarci delle fonti familiari o autorevoli può renderci più suscettibili alle fake news. Se una fake news viene diffusa da una fonte che percepiamo come affidabile o autorevole, potremmo essere più inclini a crederci senza metterla in

discussione. Allo stesso modo, se una fake news è condivisa da persone che conosciamo o rispettiamo, potremmo essere influenzati dalla "prova sociale" e credere alla notizia (Rini, 2017; Silverman, 2016).

La mancanza di alfabetizzazione mediatica e di capacità critiche può anche contribuire alla nostra credenza nelle fake news. Se non siamo in grado di valutare in modo critico le fonti e le informazioni che incontriamo, potremmo essere più suscettibili a credere a notizie false o fuorvianti. L'educazione mediatica è fondamentale per sviluppare le competenze necessarie per navigare nel panorama informativo complesso e in continua evoluzione e per discernere tra informazioni accurate e false. Infine, la nostra esposizione continua a notizie e contenuti attraverso i social media può influenzare la nostra percezione della realtà. Le piattaforme online utilizzano algoritmi di selezione dei contenuti che personalizzano l'esperienza dell'utente in base alle sue preferenze e interazioni passate, creando così una sorta di "bolla informativa" (Del Vicario et al., 2016), (Sinderman et al., 2020).

Gli individui giocano un ruolo cruciale nel contrastare le fake news è importante che i singoli sviluppino capacità di valutazione delle fonti e di verifica delle informazioni, cercando fonti multiple e confrontando le informazioni con fonti affidabili. Altro punto saliente riguarda l'educazione mediatica e l'alfabetizzazione digitale sono fondamentali per fornire al pubblico gli strumenti necessari per navigare nel panorama informativo complesso e in continua evoluzione (Mustafaraj et al., 2017).

Il secondo rischio correlato alla disinformazione che un soggetto può incontrare navigando in rete è certamente quello delle bolle informative o "filter bubble": queste sono un fenomeno che si verifica quando gli utenti dei social media e altri servizi online vengono esposti principalmente a contenuti che confermano e rafforzano le loro opinioni e prospettive preesistenti, creando così una sorta di "bolla" intorno alle loro convinzioni. Questo fenomeno è alimentato dagli algoritmi di selezione dei contenuti utilizzati dalle piattaforme online, che personalizzano l'esperienza dell'utente in base al suo comportamento passato, alle preferenze e alle interazioni (Flaxaman et al., 2016).

La connessione tra gli algoritmi dei social network e la filter bubble riguarda direttamente il modo in cui vengono selezionati e presentati i contenuti informativi agli utenti. Gli algoritmi utilizzati dalle piattaforme social, come Facebook, Twitter e YouTube, sono progettati per personalizzare l'esperienza dell'utente in base al suo comportamento passato, alle preferenze e alle interazioni. Questo significa che gli utenti vengono esposti principalmente a contenuti per loro rilevanti, creando così una sorta di "bolla informativa"

intorno alle loro convinzioni e prospettive preesistenti. Gli algoritmi dei social network utilizzano una serie di segnali e indicatori per determinare quali contenuti mostrare agli utenti. Questi segnali possono includere le pagine e gli account seguiti dall'utente, le interazioni passate con i contenuti, come i like, i commenti e le condivisioni, e altri fattori come la geolocalizzazione e il comportamento di navigazione. Utilizzando queste informazioni, gli algoritmi possono creare un profilo dell'utente e presentargli contenuti che sono più probabili di suscitare il suo interesse e coinvolgimento (Bode & Dalrymple, 2016).

Tuttavia, questo approccio personalizzato alla selezione dei contenuti può anche portare alla formazione della filter bubble. Poiché gli algoritmi tendono a mostrare agli utenti contenuti che corrispondono alle loro opinioni e alle loro preferenze, essi possono essere esposti principalmente a notizie e informazioni che confermano e rafforzano le loro convinzioni preesistenti. Questo può portare alla polarizzazione dell'opinione pubblica, alla chiusura mentale e al deterioramento del dialogo civico, poiché gli individui tendono a interagire principalmente con persone che la pensano allo stesso modo (Sinderman et al., 2020; Del Vicario et al., 2016). Un esempio lampante di questo funzionamento può essere il fatto che gli algoritmi dei social network tendono a favorire la diffusione di contenuti sensazionalistici e polarizzanti, che generano maggiore coinvolgimento e interazione da parte degli utenti. Questo può alimentare ulteriormente la formazione della filter bubble, poiché gli individui sono esposti principalmente a contenuti che suscitano reazioni emotive e polarizzano l'opinione pubblica. Inoltre, la filter bubble può essere amplificata da fenomeni come l'"echo chamber", dove le opinioni e le informazioni vengono ripetute e amplificate all'interno di comunità online omogenee (Sinderman et al., 2020). La filter bubble può avere diverse conseguenze negative sulla società e sulla democrazia. In primo luogo, limita la diversità delle opinioni e delle prospettive a cui gli utenti sono esposti, riducendo così la possibilità di essere esposti a nuove idee e punti di vista. Questo può portare alla polarizzazione dell'opinione pubblica, alla chiusura mentale e al deterioramento del dialogo civico, poiché gli individui tendono a interagire principalmente con persone che la pensano allo stesso modo. A questo riguardo è importante tenere a mente che la filter bubble può influenzare le decisioni politiche degli individui, poiché possono essere esposti principalmente a contenuti che promuovono determinate ideologie o candidati politici. Questo può portare alla formazione di opinioni e preferenze politiche distorte e alla diffusione di disinformazione e propaganda. (Flaxaman et al., 2016; Del Vicario et al., 2016).

CAPITOLO 2

EMPATIA E SOVRACCARICO INFORMATIVO: COME NAVIGARE TRA LE ONDE DELLA DISINFORMAZIONE

2.1 Strategie di Coping: Affrontare le fake news nella società moderna

Essendo, al giorno d'oggi, le fake news un fenomeno imponente e pervasivo ritengo necessario guardare ad esso da diversi punti di vista: uno sociale ed uno psicologico.

Nell'era della post-verità, il fenomeno delle fake news rappresenta una sfida significativa per la contemporaneità. Con l'avvento dei social media e la facilità con cui le informazioni possono essere condivise e diffuse, è diventato sempre più difficile distinguere tra ciò che è autentico e ciò che è distorto o completamente inventato. Tuttavia, esistono diverse strategie che possono essere adottate per affrontare questo problema e promuovere una cultura dell'informazione basata sulla verità e sull'accuratezza, oltre ovviamente a promuovere un giornalismo di qualità e l'etica professionale nell'ambito dei media. Le redazioni giornalistiche dovrebbero investire nelle risorse necessarie per condurre investigazioni approfondite e verificare le fonti, garantendo così la credibilità del proprio lavoro (Mustafaraj et al., 2017).

Partendo dal principio, le piattaforme online hanno un ruolo cruciale da svolgere nel contrastare le fake news: le aziende di social media dovrebbero adottare politiche rigorose per combattere la disinformazione, implementando algoritmi di rilevamento delle fake news e rimuovendo i contenuti falsi o dannosi, promuovere la trasparenza riguardo alla gestione dei contenuti e offrire agli utenti strumenti per segnalare le informazioni errate contribuendo a ridurre la diffusione delle fake news e a proteggere l'incolumità della comunità online. Per fare questo è però fondamentale la collaborazione tra istituzioni pubbliche, organizzazioni della società civile e il settore privato. È necessario stabilire partenariati strategici per sviluppare programmi di sensibilizzazione, fornire risorse per la verifica delle informazioni e promuovere la cooperazione internazionale nel contrastare la disinformazione a livello globale. Inoltre, è importante coinvolgere attivamente le piattaforme online e le aziende tecnologiche nel processo, incoraggiandole a assumersi la propria responsabilità sociale e a contribuire alla costruzione di un ambiente informativo più sicuro e affidabile (Riva, 2018; Mustafaraj et al., 2017).

In virtù di questa possibile collaborazione fra enti pubblici e privati una delle prime e più importanti misure da adottare è l'educazione. È essenziale che le persone sviluppino una capacità critica nel valutare le informazioni che incontrano online. Le scuole dovrebbero

integrare l'alfabetizzazione mediatica nei loro programmi educativi, insegnando agli studenti a riconoscere le fonti affidabili, a valutare la credibilità delle informazioni e a comprendere i meccanismi di manipolazione dell'opinione pubblica. Inoltre, è importante sensibilizzare l'opinione pubblica sui rischi associati alle fake news, fornendo informazioni chiare e accessibili sulle conseguenze della diffusione di informazioni false (Condello & Andina, 2019). Infine, è essenziale promuovere una cultura dell'empatia e del rispetto reciproco nella società. Le fake news spesso sfruttano paure, pregiudizi e divisioni esistenti per diffondere la propria narrazione distorta. Promuovere il dialogo aperto, il confronto costruttivo e la ricerca del consenso può contribuire a contrastare questo fenomeno, creando un ambiente in cui le persone si sentono incoraggiate a esprimere le proprie opinioni in modo responsabile e rispettoso (Vintilă, 2023; Carrè, 2013). Guardando invece ad un approccio psicologico è impossibile non citare il lavoro di Neil Levy, nel suo articolo "The Bad News about Fake News" (Levy, 2017), presenta una visione pessimistica sulla possibilità di cambiare il panorama comunicativo al fine di liberare la nostra società e la politica dalle fake news. Di solito tendiamo a pensare che le fake news ingannino persone poco sofisticate, tipicamente "altri" rispetto ai gruppi con cui ci identifichiamo. Questo effetto di terza persona delle fake news è stato effettivamente rilevato e analizzato: le persone percepiscono l'effetto delle fake news come maggiore sui gruppi politici esterni rispetto a sé stessi o al proprio gruppo. Chiaramente, tale percezione è ingannevole, ma è ragionevole pensare che le fake news non influenzino tutti allo stesso modo. L'argomento di Levy è invece finalizzato a contrastare l'idea comune che gli agenti sociali sofisticati possano essere immunizzati contro le fake news. Egli sostiene che il pericolo implicito nelle storie delle fake news non è causato solo dalla difficoltà nel rilevarle e smentirle, ma anche dal mero fatto di essere esposti ad esse. Il lavoro psicologico sperimentale sulla finzione mostra che anche quando le persone fanno di leggere o vedere opere di finzione, queste lasciano rappresentazioni nella loro mente, successivamente recuperabili dalla memoria e spesso dando origine a credenze, nel caso le credenze correlate non siano stabili e chiare (Condello & Andina, 2019).

In questo contesto, è importante sottolineare che il pericolo derivante dalla mera esposizione alle fake news è stato notevolmente esagerato da Levy: l'esposizione può facilitare la formazione di una credenza corrispondente, ma solo in un secondo momento e solo nel caso in cui il soggetto non sia certo delle proprie convinzioni in merito. Altrimenti, tutti noi crederebbero a qualsiasi cosa che ci viene presentata e, di

conseguenza, divideremmo tutti le stesse convinzioni, anziché essere polarizzati su informazioni controverse (Galeotti, 2019; Condello & Andina, 2019). Inoltre, nonostante l'enfasi sui processi automatizzati e impliciti nel generare false credenze, basati sulla suggestionabilità, sulla ripetizione, sulla familiarità e sul recupero fluido della memoria, la psicologia cognitiva fornisce anche alcune linee guida per contrastare l'effetto della disinformazione sulle credenze. Un primo suggerimento interessante proviene da una ricerca mirata a bloccare l'effetto di fluidità nella formazione delle credenze (Alter et al., 2007). Gli autori hanno scoperto che, quando i soggetti sperimentano difficoltà metacognitive nell'attivare l'elaborazione della fluidità, attivano invece forme analitiche di ragionamento che valutano, e in alcuni casi correggono, l'output di forme più intuitive di elaborazione delle informazioni. In altre parole, rendere più difficile il recupero fluido della memoria (*disfluency*) aiuta a mettere in moto forme esplicite di ragionamento che portano ad una validazione più critica delle informazioni ricevute. Tuttavia, il problema rimane su come indurre tale *disfluency* al di fuori del laboratorio, specialmente tra gli utenti dei social media. Un diverso tipo di suggerimento deriva da una ricerca specifica sulla validazione delle informazioni (Richter et al., 2009). Questa ricerca ha testato l'ipotesi di un sistema di validazione accelerato che interagisce con la comprensione e si attiva nelle prime fasi dell'elaborazione delle informazioni, basandosi sulle conoscenze di base. Contrariamente alla tesi secondo cui l'accettazione dell'informazione è primaria e implicita nella comprensione mentre la validazione epistemica avviene dopo, i ricercatori dimostrano che la validazione avviene contemporaneamente alla comprensione ed è un processo veloce e routinizzato che si basa sulle conoscenze di base del cognitore. Questa modalità di validazione, chiamata monitoraggio epistemico, verifica le incongruenze delle informazioni in arrivo rispetto a ciò che sappiamo del mondo, e rappresenta un filtro efficace per rilevare falsità e inganni. Tuttavia, il monitoraggio epistemico funziona efficientemente solo se il soggetto ha le conoscenze di base rilevanti. Qui risiede un importante indizio: le persone più istruite e informate sono meno inclini a credere alle fake news. Questa considerazione è correlata ai risultati della psicologia politica: maggiore è la conoscenza di base delle persone, meno inclini sono a credere alle notizie false. Tuttavia, sono necessarie ulteriori ricerche, specialmente nei settori in cui la disinformazione è particolarmente diffusa e pericolosa, come la politica e la scienza. In conclusione, sebbene sappiamo molto su come veniamo ingannati dalle fake news, sappiamo relativamente poco su come rafforzare le nostre capacità epistemiche (Condello & Andina, 2019).

2.2 Mettersi nei panni dell'altro: Il ruolo dell'empatia nell'informazione

Per cercare di orientarsi e “navigare” nel mare della disinformazione è necessario però avere riferimenti, strumenti che permettano di orientarsi: uno di questi può essere l'empatia. L'empatia può essere definita come la capacità di comprendere e condividere le emozioni, i pensieri e le prospettive degli altri. È un processo complesso che coinvolge sia l'intelletto che le emozioni, consentendo alle persone di mettersi nei panni degli altri e comprendere il loro punto di vista senza giudizio. Essa implica una sensibilità verso le esperienze altrui e una capacità di rispondere in modo appropriato e compassionevole alle loro necessità emotive (Carrè, 2013).

Uno dei modi principali in cui si può sollecitare empatia nei media di massa è attraverso la rappresentazione delle storie umane e delle esperienze individuali nelle quali ci si può immedesimare. Le notizie e i reportage che mettono in evidenza le vite e le sfide delle persone possono suscitare empatia nel pubblico, aiutando a creare un legame emotivo e a promuovere una maggiore comprensione e solidarietà tra le persone. La capacità di raccontare storie in modo empatico può quindi svolgere un ruolo chiave nel sensibilizzare l'opinione pubblica su questioni sociali, politiche o ambientali e nel promuovere il cambiamento sociale. L'empatia può influenzare il modo in cui i media di massa trattano i temi sensibili e controversi. Mostrare sensibilità e comprensione verso le esperienze e le prospettive delle persone coinvolte può contribuire a garantire una copertura equilibrata e rispettosa dei problemi complessi. Allo stesso tempo, l'empatia può aiutare i giornalisti e i media a evitare di alimentare stereotipi, pregiudizi o discriminazioni e a fornire una rappresentazione più accurata e inclusiva della realtà. Mostrare sensibilità verso le esigenze e i diritti delle persone coinvolte nelle notizie o nei programmi può contribuire a garantire un trattamento etico e rispettoso delle informazioni. Questo può essere particolarmente importante quando si tratta di eventi traumatici o tragedie, dove è essenziale rispettare la dignità e la privacy delle vittime e dei loro familiari (Carrè, 2013; Vintilă, 2023).

Allo stesso tempo, l'empatia può essere un potente strumento per contrastare la disinformazione e la manipolazione dell'opinione pubblica. Mostrare comprensione e rispetto per le prospettive diverse può aiutare a promuovere un dialogo aperto e costruttivo, incoraggiando il pubblico a valutare criticamente le informazioni e ad essere consapevole delle proprie opinioni e convinzioni. In un'epoca in cui le notizie false e la propaganda possono diffondersi rapidamente attraverso i media di massa e i social media,

l'empatia può agire come un baluardo contro la manipolazione e la polarizzazione dell'opinione pubblica (Oliver & Raney, 2011).

L'empatia gioca un ruolo fondamentale anche nel mondo dei social network, soprattutto considerando il modo in cui le persone interagiscono e comunicano online. In un contesto digitale, l'empatia può essere definita come la capacità di comprendere e condividere i sentimenti e le esperienze degli altri, anche se virtualmente. Questo concetto diventa particolarmente significativo considerando la vasta portata e l'immediata accessibilità delle piattaforme sociali, dove milioni di individui possono connettersi e interagire istantaneamente. Uno dei modi principali in cui l'empatia si manifesta sui social network è attraverso l'ascolto attivo e la capacità di mettersi nei panni degli altri. Quando le persone condividono le proprie esperienze, opinioni o emozioni online, è importante essere in grado di mostrare interesse genuino e comprensione per ciò che stanno comunicando. Questo comportamento non solo favorisce un clima di supporto e comprensione reciproca, ma può anche contribuire a creare legami più solidi e significativi tra gli utenti (Carrè, 2013; Oliver & Raney, 2011).

Le piattaforme sociali possono purtroppo essere utilizzate per diffondere odio, intolleranza e pregiudizi, ma l'empatia può agire come un contrappeso positivo. Mostrare compassione e solidarietà verso coloro che sono vittime di bullismo o discriminazione può non solo offrire loro sostegno emotivo, ma anche contribuire a sensibilizzare la comunità online sui danni causati da tali comportamenti e promuovere una cultura di rispetto e tolleranza.

2.3 Sovraccarico informativo e *tecnostress*

Il tecnostress è una condizione psicologica sempre più diffusa nell'era moderna, caratterizzata da uno stato di ansia, frustrazione o tensione derivante dall'uso eccessivo o dall'abuso della tecnologia digitale. Questo fenomeno è alimentato dalla rapida evoluzione tecnologica e dall'ubiquità dei dispositivi digitali nella vita quotidiana. Una delle principali fonti di tecnostress è la costante connessione e l'accesso istantaneo alle informazioni tramite dispositivi come smartphone, computer e tablet. Questa costante interconnessione può portare a sentimenti di sovraccarico informativo: un fenomeno che si verifica quando una persona è esposta a una quantità eccessiva di informazioni, superiore alla sua capacità di elaborazione e gestione (Maier, 2015)

Come nel caso del tecnostress la principale causa del sovraccarico informativo è la diffusione della tecnologia digitale e l'accesso immediato alle informazioni attraverso Internet e altri mezzi digitali. La crescente ubiquità di smartphone, computer e dispositivi connessi ha reso più facile che mai per le persone essere costantemente connessi ed esposti a una vasta gamma di informazioni. Il sovraccarico informativo può avere un impatto negativo sulla salute mentale e sul benessere delle persone. Essere costantemente bombardati da una quantità eccessiva di informazioni può causare stress, ansia, stanchezza mentale e difficoltà di concentrazione. Questo può influire sulla capacità di prendere decisioni efficaci, gestire le proprie responsabilità e mantenere un equilibrio tra lavoro e vita personale (Vintilă, 2023; Maier et al., 2015)

Questa particolare condizione può essere alimentata dalla pressione costante di rimanere sempre aggiornati e connessi, sia a livello personale che professionale. Le notifiche continue di messaggi, e-mail e notizie di cronaca possono generare una sensazione di urgenza e ansia, portando le persone a sentirsi costantemente sotto pressione per rispondere e reagire rapidamente (Ayyagari, 2011; Luqman et al., 2017).

Il tecnostress nel mondo dei media di massa è diventato sempre più evidente con l'avanzare della tecnologia digitale e la crescente dipendenza da dispositivi e piattaforme digitali. Questo fenomeno si verifica quando l'uso eccessivo di tecnologie digitali porta a stress, ansia e altri problemi psicologici e fisici (Luqman et al., 2017).

Le industrie dei media di massa sono intrinsecamente legate alla tecnologia digitale, poiché la produzione e la distribuzione di contenuti avvengono principalmente attraverso piattaforme online, social media, applicazioni mobili e altri mezzi digitali. Questo significa che i professionisti dei media di massa sono costantemente esposti a un flusso

incessante di informazioni digitali, scadenze strette e pressioni per essere costantemente connessi e aggiornati. La necessità di produrre contenuti rapidamente e costantemente può portare a un calo della qualità e della precisione delle informazioni, poiché i professionisti dei media possono sentirsi spinti a pubblicare notizie non verificate o incomplete al fine di rimanere in linea con i tempi di pubblicazione (Ayyagari, 2011).

Il tecnostress nel mondo dei social non riguarda però solo gli attori coinvolti nella produzione e nella creazione di notizie ma anche e soprattutto per coloro che di queste notizie usufruiscono a causa della crescente dipendenza e dell'uso eccessivo delle piattaforme sociali. Le persone trascorrono sempre più tempo online, interagendo con contenuti digitali, connettendosi con gli altri e cercando di mantenere una presenza costante sui social media. Una delle principali fonti di tecnostress nei social media è la pressione per essere costantemente connessi e aggiornati. Le piattaforme sociali sono progettate per fornire una costante gratificazione istantanea attraverso notifiche, aggiornamenti in tempo reale e feedback immediati. Questa costante stimolazione può portare a un senso di dipendenza e ansia da mancanza di connessione se una persona non è costantemente online. Inoltre, la natura pubblica e la visibilità delle interazioni sui social media possono generare ansia sociale e pressione per mantenere un'immagine perfetta e una vita apparentemente perfetta online. Le persone possono sentirsi costantemente in competizione con gli altri per ottenere like, condivisioni e commenti, e questo può portare a sentimenti di inadeguatezza e stress (Meier, 2015; Luqman et al., 2017)

Il confronto costante con le vite apparentemente perfette degli altri sui social media può anche portare a problemi di autostima e insicurezza. Le persone tendono a confrontare le proprie vite con quelle idealizzate e filtrate dei loro contatti online, il che può portare a un senso di insoddisfazione e depressione, l'eccessiva esposizione a contenuti negativi, come notizie tragiche o conflitti online, può avere un impatto significativo sulla salute mentale delle persone. Essere costantemente esposti a contenuti stressanti o negativi può aumentare i livelli di ansia e stress e influenzare negativamente il benessere complessivo (Vintilă, 2023).

Ora che questi elementi sono stati raccolti è più facile avere un quadro della situazione, il mondo dell'informazione nel pieno della sua evoluzione, si trova ad affrontare delle sfide di duplice portata: da una parte gli addetti ai lavori si trovano in difficoltà con il fiorire di piattaforme online e la diffusione massiccia di news non sempre verificate a fornire un giornalismo di qualità e dall'altra parte gli utenti non riescono ad arginare e discernere

nel costante flusso di informazione quali possano essere le notizie davvero utili per comprendere il mondo che li circonda rischiando di cadere in delle trappole che minano la loro fiducia nel mondo dei mass media.

le reazioni alle notizie sono certamente soggettive: non tutti reagiamo in egual modo o diamo il medesimo peso alle stesse notizie, Alcuni si sentiranno più coinvolti e altri invece tenderanno a prendere le distanze e proprio per questo il presente studio si concentra nell'indagare la capacità degli utenti di riconoscere nelle notizie qualità che ne aumentano l'accuratezza e l'aderenza alla realtà verificando così la capacità di riconoscere o meno delle potenziali fake news ed in secondo luogo scoprire quali possano essere strategie di coping che ci possano aiutare in questa identificazione e quali emozioni ci guidano in queste scelte.

CAPITOLO 3

SUSCETTIBILITÀ ALLA DISINFORMAZIONE ED EMPATIA: UNO STUDIO PILOTA

3.1 Obiettivi ed ipotesi

Il presente studio esamina la relazione fra la capacità dei soggetti di saper valutare la credibilità di notizie, il livello di empatia e il livello di tecnostress in una popolazione campione italiana di maggiorenni.

Prendendo spunto dal lavoro di Vintilă: in cui risulta che soggetti con alto punteggio sulla scala di empatia fossero meno inclini a credere alla propaganda filo-Russia e alla diffusione di fake news in Romania (Vintilă, 2023), l'ipotesi è che sul suolo italiano il risultato sarebbe stato molto simile (Ob1). Esistono però differenze sostanziali: l'Italia si trova in una posizione politica e geografica molto differente dalla Romania; la vicinanza geografica con i confini ucraini e la situazione socio politica hanno sicuramente un peso estremamente diverso sui territori presi in indagine nello studio dell'Università Ovest di Timișoara, inoltre tali condizioni hanno favorito un importante afflusso di profughi e lo studio di Vintilă indagava il sentimento di empatia proprio fra soggetti che con questi profughi avevano avuto un rapporto diretto. Sicuramente questo comporta l'instaurarsi di un legame empatico più forte rispetto alla mera esposizione di notizie on-line, ma ciò che spinge ad indagare tale possibilità è la percezione di una crescente attenzione verso la condizione dell'"*altro*" (Pogliano, 2020) o verso notizie con un impatto a livello globale nonostante la loro distanza sociale, culturale e geografica quantomeno tra i giovani.

Una seconda ipotesi riguarda invece il tecnostress e il sovraccarico informativo, ossia il sentimento di allontanamento o di chiusura verso questo tipo informazioni fonte di stress e malessere specialmente sui social network. Tali piattaforme si prestano a bene a questo tipo di rilevazione dato che sono utilizzate per un tempo massiccio dalla maggior parte della popolazione campione e le notizie presentate in quella sede sono spesso, come espresso nei capitoli precedenti, prive di reali controlli sulla loro attendibilità. L'ipotesi in questo caso è che quei soggetti con punteggi di empatia più bassi riscontrino maggiori difficoltà nella valutazione della credibilità delle notizie (Ob1) ed in secondo luogo se il tecnostress infici nella valutazione delle notizie e spinga i soggetti a mettere in pratica comportamenti di allontanamento o chiusura non solo verso le fonti di informazione che promuovono queste notizie ma anche verso l'universo stesso dei social network (Ob2).

3.2 Metodo

3.2.1 Partecipanti

I Dati sono stati raccolti tra una popolazione di 71 soggetti maggiorenni, per la loro totalità italiani, ripartiti in due questionari.

I partecipanti risultano essere in maggioranza donne (56,5%) e in minoranza uomini; (43,5%) solo un partecipante non ha voluto rispondere e indicare il suo sesso.

Il range di età è piuttosto ampio con un minimo di 19 anni e un massimo di 72, l'età media si assesta intorno ai 35 anni (35,7) con una deviazione standard di 14,47.

Per quanto riguarda la scolarità del campione la maggior parte risulta essere in possesso di un titolo di laurea (57,5%) mentre la restante parte si divide fra la licenza di scuola secondaria di secondo grado (35,5%) e la licenza di scuola primaria di primo grado (7,1%), tutti risultano in possesso di un titolo di studio.

L'orientamento politico, sondato proponendo tre opzioni, indica una preferenza del campione per la sinistra (67,6%); destra e centro si assestano rispettivamente al 17,6% e al 14,7%.

La totalità del campione indica di utilizzare social network, tra i quali il più utilizzato risulta ancora essere Facebook (77,46%), nonostante Instagram, a fronte di una partecipazione leggermente minore, risulti essere quello con le più alte ore di utilizzo (il 18,31% dei soggetti lo utilizza per più di 90 minuti).

3.2.2 Procedura e strumento

Per la raccolta dei dati è stato utilizzato il medesimo questionario in modalità Google form proposto in due versioni usando come discriminante un diverso ordine di presentazione di una coppia di immagini identiche. All'interno del questionario, nella prima schermata sono stati inseriti un Link contenente il documento del consenso informato e due items che richiedevano una risposta obbligatoria per poter proseguire nella compilazione: in primo luogo la lettura e l'accettazione dei termini proposti nel consenso informato e in secondo luogo la conferma del raggiungimento della maggiore età del soggetto per la compilazione del form.

La capacità di valutare la credibilità è stata indagata tramite l'individuazione da parte dei soggetti di caratteristiche intrinseche delle notizie quali: l'informatività, la presenza o l'assenza di autore, la credibilità e l'utilità, dopo l'esposizione a due notizie campione volutamente ambigue con diverso ordine di presentazione in due medesime versioni dello stesso questionario. A seguito sono proposti ulteriori quesiti su quali, secondo i soggetti, dovessero essere le caratteristiche che loro, in primo luogo, ricercassero in una notizia per valutarne la credibilità e l'attendibilità in una scala likert a 9 punti (ad esempio: la presenza del titolo, del testo completo o del nome dell'autore o della fonte).

Le due immagini presentate sono state selezionate e modificate per risultare volutamente ambigue (sono ad esempio stati rimossi riferimenti alla testata di pubblicazione o all'autore). Nonostante entrambe le notizie fossero vere l'obbiettivo era quello di insinuare il dubbio di una possibile bassa attendibilità per visionare le capacità valutative dei singoli soggetti.

Ecco le immagini stimolo così riportate nel questionario:

AMBIENTE

Clima, i 48,8 gradi registrati in Sicilia nel 2021 nuovo record di caldo in Europa



Servizio | Usa



La Corte Suprema si esprimerà sull'immunità di Trump. Il giudice: tycoon ineleggibile alle primarie Illinois

La Corte Suprema ha deciso di ascoltare gli argomenti pro e contro l'immunità a Donald Trump, mentre un giudice dell'Illinois ha stabilito l'ineleggibilità del Tycoon alle primarie dello Stato

29 febbraio 2024



L'empatia invece tramite una scala BES di valutazione con 20 items come proposta nello studio di Carrè (Carrè, 2013), il BES è una scala di 20 item sviluppata da Jolliffe e Farrington nel 2006 (Carrè, 2013).

I partecipanti dovevano esprimere le loro valutazioni su una scala di tipo Likert a 4 punti (1 -Decisamente no, 2-Più no che sì, 3-Più sì che no, 4-Decisamente sì). Nel modello a due fattori (Carrè, 2013), nove item valutano l'empatia cognitiva (Items 3, 6, 9, 10, 12, 14, 16, 19, 20) e 11 item valutano l'empatia affettiva (Items 1, 2, 4, 5, 7, 8, 11, 13, 15, 17, 18). Nella concettualizzazione a due fattori, il BES includeva sette elementi invertiti e i punteggi potevano variare da 20 (deficit di empatia) a 100 (alto livello di empatia). Uno degli autori dello studio di Carrè (Carrè, 2013) ha inoltre classificato gli item secondo le definizioni utilizzate nel modello a tre fattori. Secondo questa classificazione, sei item sono stati ritenuti correlati alla definizione di contagio emotivo (CONT; Items 2, 4, 5, 11, 15, 17) (ad esempio, "Mi lascio facilmente prendere dai sentimenti degli altri"), otto elementi per la definizione di empatia cognitiva (EMP; elementi 3, 6, 9, 10, 12, 14, 16, 20) (ad esempio, "Ho difficoltà a capire quando i miei amici sono felici"), e sei item alla definizione di disconnessione emotiva (DIS; Items 1, 7, 8, 13, 18, 19) (es. "Di solito non sono consapevole dei sentimenti del mio amico").

Per quanto riguarda la valutazione del tecnostress è stata utilizzata una scala a 4 items dove i partecipanti esprimevano una valutazione su una scala liker a 4 punti (1- Decisamente no, 2-Più no che sì, 3-Più sì che no, 4-Decisamente sì) estrapolata dal lavoro di Maier e colleghi (Maier et al., 2015; Ayyagari, 2011; Luqman et al., 2017) che mira appunto ad individuare direttamente il livello di tecnostress del soggetto. Il tecnostress è una fonte di tensione psicologica che è una caratteristica della tecnologia ed è indotta dall'uso della stessa (Ayyagari et al., 2011). Nel contesto dei social media il tecnostress è un tipo di tensione psicologica correlata a uno stimolo o un evento indotto dalla tecnologia. Nel contesto dei Social network, l'intenzione di interruzione potrebbe essere definita come l'intenzione di un individuo di ridurre l'intensità dell'uso dei social, di interromperne l'uso temporaneamente o permanentemente o di passare ad altre forme alternative di social network.

Chiaramente il livello di tecnostress dipende da fattori molteplici quali ad esempio la quantità di tempo che si passa al computer o su dispositivi elettronici per ragioni lavorative e edoniche, l'età e la posizione sociale, ma si propone come lo strumento migliore per rilevare comportamenti di chiusura e allontanamento.

Nell'ultima schermata, oltre a raccogliere dati come l'anno di nascita, la nazionalità e l'orientamento politico sono state aggiunti alcuni items per indagare la tipologia di social network utilizzati dai soggetti campione e il tempo che gli stessi spendevano nell'utilizzo delle piattaforme.

3.3 Risultati

Dall'analisi dei risultati non emergono differenze nella valutazione della credibilità dei messaggi tra i due gruppi, che dunque possono essere considerati insieme ($M_{\text{clima}}=4.07$; $M_{\text{politica}}=4,15$; $t(69)=-.38, ns$). A differenza di quanto auspicato, l'ordine di presentazione delle notizie non si è rivelato significativo nella valutazione delle credibilità delle stesse. Per quanto riguarda le correlazioni invece risulta un'associazione positiva fra la valutazione di credibilità tra politica e clima ($r=.41, p<.001$); si denota dunque una certa uniformità di credibilità nei soggetti tra le due notizie stimolo.

Nella analisi per valutare l'obiettivo uno, che ipotizzava una correlazione tra empatia e capacità valutativa della credibilità delle notizie, non emerge invece alcuna correlazione significativa (Ob1). Questo è probabilmente dovuto anche alle notizie presentate, che non rendevano facile l'immedesimazione e alle dimensioni del campione piuttosto ridotte.

Emerge invece una leggera correlazione fra tecnostress e valutazione della credibilità, ma solo per quanto riguarda la notizia politica ($r=-.25, p<.05$); non emergono invece correlazioni con l'allontanamento o comportamenti di chiusura verso i social network (Ob2).

In sintesi, l'ordine delle notizie presentate nel campione non risulta determinante per riscontrare differenze nella credibilità delle notizie così come l'empatia come possibile predittore di una corretta valutazione di credibilità.

Si riscontra però che c'è una correlazione nella valutazione di credibilità di due notizie appartenenti ad ambiti differenti, il che dimostra una certa uniformità nelle capacità valutative dei soggetti e che il tecnostress emerge come possibile predittore di bassa credibilità per quanto riguarda le notizie politiche.

3.4 Discussione

Il presente elaborato suggerisce che non emergono differenze di valutazione dovute all'ordine di presentazione delle notizie stimolo, in quanto si auspicava che differenti argomenti avessero diverso impatto su ciascun soggetto. I dati non confermano questa ipotesi, i soggetti dimostrano di valutare la credibilità in egual modo indipendentemente dall'ordine e dall'argomento loro proposto dimostrando anzi un'associazione positiva fra i due gruppi di notizie (clima e politica) manifestando una certa coerenza di valutazione: coloro che reputavano credibile la notizia politica hanno espresso il medesimo metro valutativo per la notizia riguardante il clima e viceversa.

Il capitolo sull'empatia, nel quale non è emersa alcuna correlazione sulla capacità valutativa della credibilità necessita di maggiore attenzione: l'assenza di correlazione può essere riconducibile ad una scelta non ottimale delle immagini proposte al campione, dovuta alla difficoltà nel reperire e controllare l'accuratezza di notizie recenti prodotte on line o da pagine social network che riguardassero situazioni con un maggior coinvolgimento empatico, come possono essere ad esempio i fronti caldi delle due guerre in atto, dove risultava estremamente complesso effettuare fact-checking con gli strumenti in possesso. Allo stesso modo scegliere notizie in questi ambiti, che siano prodotte in tempi meno recenti e quindi, per così dire, già assodate, avrebbe inficiato negativamente sulla valutazione della credibilità delle stesse. Questo perché notizie in circolo nella rete da più tempo avrebbero potuto essere smentite o confermate con maggiore certezza e un numero maggiore di soggetti avrebbero potuto riscontrare queste informazioni. Si è optato dunque per notizie di carattere più generalista che mantenessero però una certa coerenza temporale tale da permettere una valutazione di credibilità il più scevra da condizionamenti possibile ma che dal punto di vista della correlazione empatica non hanno dato i risultati auspicati nell'obiettivo 1.

Infine, per quanto riguarda l'obiettivo 2 si registra una leggera associazione positiva fra il tecnostress e la valutazione di credibilità della notizia politica: i soggetti che ottengono un punteggio più elevato nella scala di tecnostress guardano con maggiore sospetto alla notizia politica attribuendole una bassa credibilità probabilmente per via del carattere stesso della notizia, che potrebbe avere un impatto più preoccupante e immediato. In quella riguardante il clima invece questo non accade, essendo gli effetti e le preoccupazioni essere più diluiti nel tempo, almeno nel campione da noi analizzato.

Detto questo, i risultati suggeriscono che fra empatia e valutazione della credibilità non sussista alcuna relazione (OB1) ed invece sussista fra tecnostress e valutazione di credibilità, ma solo per quanto riguarda la notizia politica (OB2).

CAPITOLO 4

CONCLUSIONI

Come si evince dall'analisi dei dati la conclusione di questo elaborato lascia molte questioni aperte, alcune delle quali meritano maggiore approfondimento.

In primo luogo le difficoltà riscontrate da me per primo nella ricerca e nella verifica delle notizie lasciano pensare che sia necessario un maggior controllo sulla diffusione di notizie on line; è infatti impensabile credere di riuscire ad essere realmente informati nel word wide web senza fare un' adeguata operazione di fact-checking, operazione resa estremamente difficile dall'esorbitante mole di dati contrastanti in circolo nella rete e dai tempi necessari alla community di internet per ottenere le dovute verifiche sull'attendibilità. Queste troppo spesso superano i tempi dell'attenzione che l'audience dedica agli avvenimenti, portando così tali conferme o smentite fuori dalla visibilità degli utenti che si trovano a credere e a diffondere notizie di cui non hanno certezza, guidati solo dalle proprie capacità valutative.

In secondo luogo, la correlazione con il tecnostress può essere un punto di partenza per concepire un modo di informarsi differente. Come ho già espresso nei precedenti capitoli, i tempi della rete (per quanto riguarda la diffusione di informazioni) risultano essere estremamente più veloci e frenetici rispetto a quelli che sembrano ottimali per un' adeguata comprensione delle notizie. La rete dovrebbe essere concepita come una risorsa per l'informazione: la velocità, l'ampissima copertura e la democratizzazione dell'informazione dovrebbero aiutare gli utenti ad essere più consapevoli, invece, come si evince dai dati, un elevato utilizzo della tecnologia aumenta la sospettosità e inficia negativamente la valutazione di credibilità delle informazioni portando gli utenti a reazioni di chiusura anziché di approfondimento.

In sintesi, il mondo dell'informazione necessita di un profondo cambio di paradigma, smettendo di essere concepito solo come un diritto inderogabile (cosa che è e che deve continuare ad essere) ma anche come una responsabilità a carico del singolo cittadino e del singolo utente della rete.

È certamente innegabile che il singolo utente non può divenire un'agenzia di stampa e che quindi anche chi si occupa di informazione debba mettere a disposizione dell'utenza e delle piattaforme specifici strumenti di verifica creando così un circolo informativo virtuoso che permetta nei corretti tempi di poter controllare la valutazione di credibilità nel modo migliore possibile.

Infine, vorrei dedicare alcune parole all'empatia, sperando in nuove prospettive di ricerca, dato che in questo elaborato è stata indagata solo parzialmente con gli strumenti corretti, non fornendo così i risultati sperati. Credo che sia profondamente importante mettere al centro di questo nuovo paradigma di informazione il costrutto dell'empatia, perché è vero che tramite l'informazione veniamo a conoscenza di fatti e accadimenti, ma presi fuori dal loro contesto non possono certo essere considerati come realmente informativi. Questi fatti e accadimenti sono vissuti da persone, da "altri", con una storia spesso profondamente diversa da coloro che le informazioni le ricevono e se non si riesce a mettersi nei panni di chi i fatti li vive in prima persona si cade nel rischio di tralasciare aspetti fondamentali che spesso descrivono le situazioni della vita meglio dell'oggettiva analisi dell'accaduto. Perché solo condividendo questi importanti punti di vista possiamo veramente comprendere il mondo intorno a noi e questi "altri" che lo abitano.

BIBLIOGRAFIA

- Alter, A.L., Oppenheimer, D.M., Epley, N., & Eyre, R. (2007). Overcoming Intuition: Metacognitive Difficulty Activates Analytic Reasoning. (4), 569–576.
- Ayyagari, R., Grover, V., & Purvis, R. (2011). Technostress: Technological Antecedents and Implications. 35(4), 831-858.
- Bode, L., & Dalrymple, K. E. (2016). Algorithmic Filter Bubbles and Personalized Political Messaging: Implications for Democratic Values. *Social Media + Society*.
- Carré, A., Stefaniak, N., d'Ambrosio, F., Bensalah, L., & Besche-Richard, C. (2013). The Basic Empathy Scale in adults (BES-A): factor structure of a revised form. *Psychological assessment*, 25(3), 679.
- Condello, A., & Andina, T. (2019). *Post-Truth, Philosophy and Law*.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Volume (Issue), Page Range. DOI: 10.1073/pnas.1517441113
- Flaxman, S., Goel, S., Rao, J.M. (2016) Filter Bubbles, Echo Chambers and Online News Consumption, *Public Opinion Quarterly*, 80: 298–320.
- Levy, N. (2017). The Bad News about Fake News. 20–36.
- Luqman, A., Cao, X., Ali, A., Masood, A., & Yu, L. (2017). Empirical investigation of Facebook interrupts usage intentions based on the SOR paradigm. *Calculate. Ronzio*.
- Maier, C., Laumer, S., Weinert, C., & Weitzel, T. (2015). The effects of technostress and switching stress on discontinued use of social networking services: A study of Facebook use. (3), 275-308.
- Maier, C., Laumer, S., & Eckhard, A. (2015). Computer science as a daily stressor: Identifying the causes of burnout.
- Mustafaraj, E., Taxis Metaxas, P. (2017) The Fake News Spreading Plague: Was it Preventable?
- Oliver, M. B., & Raney, A. A. (2011). Entertainment as pleasurable and meaningful: Identifying hedonic and eudaimonic motivations for entertainment consumption. *Journal of Communication*.

- Pogliano, A. (2020). *Media, politica e migrazioni in Europa: Una prospettiva sociologica*.
- Rini, R. (2017) Fake News and Partisan Epistemology, *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27: E-43-E-64
- Richter, T., Schroeder, S., & Wörhman, B. (2009). You Don't Have to Believe Everything You Read: Background Knowledge Permits Fast and Efficient Validation of Information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96(3), 538–558.
- Riva, G. (2018). *Fake news: Vivere e sopravvivere in un mondo post-verità* [Fake news: Living and surviving in a post-truth world]
- Silverman, C. (2016) This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News on Facebook, *Buzzfeed*
- Sindermann, C., Elhai, J. D., Moshagen, M., & Montag, C. (2020). Age, gender, personality, ideological attitudes and individual differences in a person's news spectrum: how many and who might be prone to "filter bubbles" and "echo chambers" online.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). The Role of Social Media in Democratizing Information: A Case Study of Twitter's Influence on Political Discourse During the 2016 US Presidential Election. *Social Media + Society*.
- Stober, R. (2004). What media evolution is: A theoretical approach to the history of new media. *European Journal of Communication*, 19(4), 483–505.
- Vargo, C. (2018) Agenda Setting Power for Fake News: A Big Data Analysis on the Online Landscape from 2014 to 2016, *New Media and Society*, 20: 2028–2049.
- Vintilă, M., Lăzărescu, G.-M., Kalaitzaki, A., Tudorel, O. I., & Goian, C. (2023, May 12). Fake news during the war in Ukraine: Coping strategies and fear of war in the general population of Romania and in aid workers. *Frontiers in Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1151794>
- Vosoughi, S., Roy, D., Aral, S. (2018) The Spread of True and False News Online, *Science*, 359: 1146–1151.