

Disinformazione e Democrazia: l'ignoranza
razionale

Allegra Fiore

Scuola di Liberalismo

2025

Corso Annuale

Disinformazione e Democrazia

Elaborato presentato al
Comitato Scientifico della Scuola di Liberalismo
in soddisfacimento dei criteri
per l'ottenimento della Borsa di Studio per l'anno 2025
della Scuola di Liberalismo

Allegra Fiore

Giugno 2025

Ringraziamenti

Ringrazio la Scuola, ringrazio Gianluca, il Dott. Benedetto, gli esperti, e i professionisti, che hanno investito tempo ed energie nel convalidare saperi ed esperienze accumulate in anni di studio e lavoro attraverso geografie ed epoche. In periodi storici come questo, coltivare un luogo cordiale di condivisione e ascolto, come la Scuola è e continuerà ad essere, è un atto di cura prezioso.

TAVOLA DEI CONTENUTI

Lista delle Figure	ii
Abstract	iii
Chapter 1: Introduzione	1
1.1 L'entità del fenomeno	1
1.2 Fonti	2
1.3 Citazioni	4
Chapter 2: Una possibile interpretazione	6
2.1 I costi d'informazione	8
2.2 Citation	12
Chapter 3: Implicazioni di policy	13
3.1 Citation	15
Chapter 4: Conclusioni	16
4.1 Citation	16
Bibliografia	17

ELENCO DELLE FIGURE

2.1	Un'interpretazione grafica del fenomeno	8
-----	---	---

Abstract

Allegra Fiore

Corso Annuale 2025

Scuola di Liberalismo

Il presente elaborato si propone di analizzare il fenomeno della disinformazione attraverso la lente della teoria economica, utilizzando il concetto di "ignoranza razionale" e "razionalità irrazionale", al fine di individuare possibili strategie per migliorare la raccolta, il consumo, e l'elaborazione delle informazioni nella società contemporanea. La disinformazione, intesa come diffusione deliberata o involontaria di notizie false o fuorvianti, rappresenta una minaccia significativa per diverse sfere della vita pubblica e privata, tra cui la democrazia, la salute, e la coesione sociale.

Parole chiave: disinformazione, ignoranza razionale, democrazia

Nota

Materiale da: Scuola di Liberalismo, Università di Bologna, fonti in "Citazioni".

I passaggi del presente elaborato, ove evidenziato, sono stati ripresi dalle fonti di cui sopra.

CAPITOLO 1

INTRODUZIONE

1.1 L'entità del fenomeno

In Italia, il problema della disinformazione è particolarmente rilevante. Secondo dati raccolti per la verifica dell'applicazione del Codice di condotta contro la disinformazione in Europa, l'Italia detiene il primato europeo per la diffusione di fake news. Nel 2023, Facebook ha rimosso circa 45.000 contenuti per disinformazione nel nostro Paese, il numero più alto tra gli Stati membri dell'Unione Europea. Questi numeri indicano una diffusione capillare di contenuti falsi o ingannevoli, che influenzano l'opinione pubblica e possono compromettere il funzionamento delle istituzioni democratiche. A livello europeo, l'83% dei cittadini ritiene che la disinformazione rappresenti un pericolo per la democrazia. Questo dato evidenzia una crescente consapevolezza del problema e la necessità di adottare misure efficaci per contrastare la diffusione di notizie false. Tuttavia, la fiducia nei media tradizionali rimane relativamente alta, con il 70% degli intervistati che si fida della radio, il 66% della televisione e il 63% della stampa. Al contrario, solo un quarto degli europei fa affidamento sui siti web e sull'informazione online, segno di una percezione critica nei confronti delle fonti digitali. Negli Stati Uniti, la situazione appare ancora più preoccupante. Un'indagine del Pew Research Center ha rilevato che il 96% degli americani considera la disinformazione un problema serio e desidera che le false informazioni vengano contenute. Tuttavia, molti di questi individui condividono inconsapevolmente post non verificati sui propri social network, contribuendo alla diffusione di notizie false. Inoltre, la proliferazione di siti di notizie false, noti come "pink slime", ha superato il numero dei quotidiani locali ancora

operativi, aggravando ulteriormente la crisi dell'informazione. La disinformazione ha impatti significativi anche sulla salute pubblica. Durante la pandemia di COVID-19, la diffusione di cure false propagate da bot e di notizie false condivise inconsapevolmente dai cittadini ha permeato l'ecosistema informativo, mettendo a rischio la salute delle persone. Questi esempi dimostrano come la disinformazione possa avere conseguenze concrete e pericolose sulla vita delle persone. Secondo Gianluca Sgueo, la disinformazione rappresenta una delle sfide principali per il futuro della regolazione, richiedendo un approccio che integri intelligenza collettiva e narrazione per contrastare efficacemente la diffusione di notizie false. Davide Giacalone sottolinea come la disinformazione sia spesso alimentata da interessi specifici, evidenziando la necessità di comprendere a chi giova la diffusione di notizie false. Sabino Cassese, infine, afferma che la cattiva informazione può essere prevenuta attraverso strumenti adeguati, poiché essa non solo disturba il diritto ad essere informati, ma può anche intaccare diritti fondamentali come quello alla salute e al voto. In conclusione, la disinformazione è un fenomeno complesso e pervasivo che richiede un'analisi approfondita e multidisciplinare. Attraverso l'applicazione della teoria economica, questo elaborato intende esplorare le dinamiche che alimentano la diffusione di notizie false e proporre soluzioni concrete per migliorare la qualità dell'informazione e rafforzare la resilienza della società di fronte a tali sfide.

1.2 Fonti

I consumatori potrebbero non possedere le competenze necessarie per valutare obiettivamente l'accuratezza e la qualità delle informazioni e delle loro fonti. Una ricerca condotta dalla Stanford Graduate School of Education su un campione di 7.000 studenti, compresi tra la scuola media e l'università, ha valutato la loro capacità di giudicare le informazioni lette su Internet. Lo studio, citato dal Washington Times, ha evidenziato come la cosiddetta generazione dei Mil-

lennials sia “facilmente ingannabile”. Molti dei partecipanti non erano in grado di distinguere tra pubblicità e articoli giornalistici, né tra notizie false e notizie basate su fatti reali. Paradossalmente, sembra che l’uso diffuso dei social media per informarsi abbia ridotto la nostra capacità di distinguere la qualità e l’accuratezza delle informazioni. Possiamo supporre che gli individui, inizialmente, si comportino seguendo la razionalità classica, acquisendo informazioni fino a quando i costi informativi superano i costi marginali. Supponiamo che esista una “soglia informativa”: oltre tale livello, gli individui adotteranno un comportamento conforme all’ignoranza razionale. Ovviamente, questa soglia è soggettiva ed è strettamente legata al capitale umano di ciascun individuo. Tuttavia, assumiamo che buone competenze informative siano connesse al tempo e allo sforzo dedicati al processo di acquisizione delle informazioni. Dal punto di vista individuale, possiamo ipotizzare che agenti razionali identifichino e svalutino una fake news. Tuttavia, una serie di bias cognitivi può intervenire, causando una riduzione del benessere sociale e privato ex post. L’ignoranza razionale può far parte del ciclo di diffusione delle fake news, poiché queste ultime sono generalmente più facili da comprendere e l’informazione falsa o parziale è spesso gratuita o a basso costo. La razionalità irrazionale consente comunque al ciclo delle fake news di persistere, poiché gli individui tendono ad accettare informazioni che confermano le loro convinzioni preesistenti. Quando un numero significativo di individui interagisce, i bias comportamentali individuali possono amplificarsi, generando un effetto gregge. L’amplificazione di questi bias –determinata dall’interazione tra le aspettative di ciascun individuo e il comportamento altrui –può avere effetti drammatici. Le filter bubbles (bolle di filtraggio), ovvero il fenomeno per cui siamo esposti e cerchiamo informazioni coerenti con le nostre convinzioni, possono giocare un ruolo cruciale nella diffusione delle fake news, soprattutto quando la soglia informativa è particolarmente bassa. Ciò può persino condurre a comportamenti razionalmente irrazionali, più difficili da contrastare. Gli individui razionalmente ignoranti possono essere spinti ad adattarsi al comportamento e alle convinzioni di coloro che

adottano la razionalità irrazionale, aderendo alla decisione collettiva indipendentemente dalle proprie informazioni personali. Spesso, gli individui seguono le decisioni altrui per conformismo o per paura di sanzioni sociali. Ad esempio, un economista potrebbe preferire il rischio di sbagliarsi insieme agli altri piuttosto che fare una previsione divergente che potrebbe risultare inesatta. Analogamente, Keynes (1936) osservava: "La saggezza mondana insegna che è meglio per la reputazione fallire convenzionalmente piuttosto che avere successo in modo non convenzionale." In questo contesto, le fake news hanno causato perdite sui mercati finanziari per 300 miliardi di dollari in un singolo episodio. Nel dicembre 2017, ABC riportò che il Consigliere per la Sicurezza Nazionale, il Generale Michael Flynn, avrebbe testimoniato che Donald Trump gli aveva ordinato di contattare funzionari del governo russo durante la campagna elettorale del 2016. Questa notizia avrebbe potuto portare all'impeachment e a una crisi di governo. Di conseguenza, tra le 11:06 e le 11:34 del mattino, l'indice S&P 500 perse 38 punti, causando un crollo di 341 miliardi di dollari. Successivamente, ABC ritrattò la notizia, ma solo dopo la chiusura della giornata di contrattazioni, riducendo la perdita a 51 miliardi di dollari. Anche in un contesto di capitalizzazione globale pari a 78 trilioni di dollari, un singolo evento di disinformazione con un impatto di 341 miliardi di dollari dimostra il potenziale danno economico derivante dalle fake news.

1.3 Citazioni

Le citazioni di riferimento sono:

- John Maynard Keynes, *The General Theory of Employment, Interest and Money*, 1936.
- ABC News, *Report on Michael Flynn and the Russia Investigation*, 2017.
- Pew Research Center, *Americans See Made-Up News as a Critical Problem*, 2023.

- Stanford Graduate School of Education, *Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*, 2017.

CAPITOLO 2

UNA POSSIBILE INTERPRETAZIONE

Perché le persone non vanno a votare? La teoria della scelta razionale, come strumento innovativo, ha molteplici applicazioni interessanti. In particolare, essa si rivela estremamente utile per spiegare perché, in molti paesi democratici, un gran numero di elettori rimane e si mantiene ignorante e disinformato in modo razionale. Il concetto di ignoranza razionale, radicato nella teoria della scelta razionale, aiuta a comprendere questo fenomeno. L'intuizione alla base dell'ignoranza razionale è la seguente: gli individui confrontano i costi dell'acquisizione di informazioni - raccogliere, elaborare e assimilare dati - con i benefici marginali derivanti dalla conoscenza acquisita. Il decisore continua ad acquisire informazioni fino a quando il ritorno marginale è pari al costo marginale sostenuto. Se i costi informativi risultano eccessivamente elevati in termini di tempo e risorse mentali e i benefici marginali dell'informazione aggiuntiva - in termini di vantaggi materiali - sono troppo esigui, gli agenti ottimizzano le proprie risorse restando ignoranti. Storicamente, Anthony Downs, nel suo lavoro *An Economic Theory of Democracy* (1957), ha trasformato l'ignoranza razionale in un elemento basilare dell'analisi sociale. Per comprendere meglio tale concetto, si possono distinguere due categorie di decisioni: Decisioni direttamente remunerative Nel mercato, se gli agenti sanno troppo poco, pagano un prezzo in termini di opportunità perse - ad esempio, prezzi più alti o prodotti di qualità inferiore per i consumatori, o prezzi più bassi per i fornitori; se sanno troppo, il prezzo da pagare è il tempo sprecato. Il percorso prudente è dunque quello di raccogliere informazioni sufficienti a prendere una decisione tollerabilmente buona.

Decisioni non direttamente remunerative In politica, un singolo voto ha una probabilità estremamente bassa di cambiare l'esito di un'elezione. Se un cittadino ignorante vota casualmente, a meno che non sia lui a esprimere il voto decisivo in un'elezione altrimenti bloccata, l'effetto marginale è nullo. Se il tempo è denaro e acquisire informazioni per votare richiede tempo, il ritorno marginale nullo incentiva un elettore razionale ed egoista a rimanere ignorante. Downs sostiene che il governo democratico rappresenta un caso emblematico di informazione imperfetta assimilabile a un fallimento di mercato.

A livello istituzionale, il fenomeno dell'ignoranza razionale può avere conseguenze negative, rendendo disfunzionale il sistema democratico. In primo luogo, l'ignoranza degli elettori consente ai gruppi di interesse speciale di manipolare la legislazione a scapito della maggioranza. Ad esempio, pochi cittadini sono consapevoli che negli Stati Uniti gli agricoltori di tabacco ricevono generosi sussidi, e ancor meno sanno quale sia la posizione dei loro rappresentanti al riguardo. In secondo luogo, i politici possono ignorare l'opinione pubblica, poiché solo una minoranza di cittadini presta sufficiente attenzione alle loro posizioni su programmi impopolari e ancor meno le ricorda alle successive elezioni. Infine, l'ignoranza razionale contribuisce a spiegare il sostegno a politiche inefficaci, come l'approvazione di leggi sul salario minimo superiori all'equilibrio di mercato. Pochi elettori si preoccupano di approfondire le nozioni economiche necessarie per comprendere gli svantaggi di tali politiche. Downs osserva: "Quando gli economisti smettono di teorizzare per un momento e analizzano il panorama politico, scoprono che dietro quasi ogni politica governativa si nasconde un interesse specifico." Il danno sociale derivante dall'ignoranza razionale non rende vantaggioso, a livello individuale, contrastarlo. In sintesi, l'ignoranza razionale apre la strada a pericolosi fallimenti governativi. Si ha l'impressione che l'ignoranza razionale diventerà un fenomeno sempre più influente. Con l'aumento della complessità globale, il processo di acquisizione di informazioni in ambito politico, economico, governativo e scientifico è diventato più difficile e dispendioso in termini di tempo. Di fronte a un

sovraccarico informativo, si tenderà a conservare energia e a rimanere ignoranti piuttosto che investire risorse nell'acquisizione, elaborazione e assimilazione delle informazioni. Da un punto di vista di economia politica e considerando l'attuale stato della tecnologia, la consapevolezza che le persone possano scegliere razionalmente di rimanere ignoranti può avere implicazioni interessanti: gli individui potrebbero delegare progressivamente le loro decisioni ad algoritmi o a persone di fiducia; i servizi di diffusione delle informazioni potrebbero trasformarsi per fornire contenuti in modo più efficiente; lo stile comunicativo delle istituzioni europee potrebbe evolversi radicalmente per rendere il materiale più chiaro e facilmente assimilabile, al fine di rafforzare la fiducia dei destinatari. In sintesi, l'ignoranza razionale è destinata a diffondersi ulteriormente e i modelli economici e le analisi politiche dovranno tenerne conto.

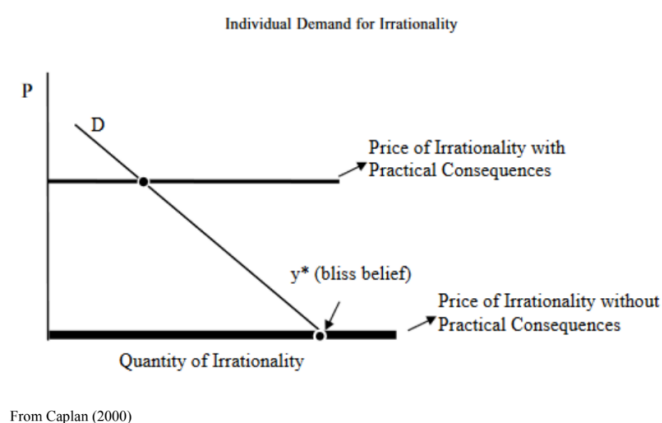


Figura 2.1: Un'interpretazione grafica del fenomeno

2.1 I costi d'informazione

Sia l'ignoranza razionale che l'irrazionalità razionale evidenziano l'importanza dei costi dell'informazione nel processo decisionale. Tali costi sono una componente essenziale di ogni processo decisionale. Riteniamo pertanto utile approfondire la natura e il comportamento dei co-

sti dell'informazione, così come il rendimento derivante dall'acquisizione di informazioni. La teoria economica tradizionale assume che i decisori dispongano di una quantità illimitata di informazioni gratuite. Al contrario, Downs sottolinea che esiste un certo grado di incertezza e che l'informazione può essere ottenuta solo a fronte di un costo. Di cosa si compone tale costo? Per definizione, il costo economico corrisponde al valore dell'alternativa sacrificata che avrebbe prodotto maggiore utilità (Buchanan, 1979). La principale risorsa scarsa consumata nel processo informativo è il tempo impiegato per assimilare i dati e valutare le alternative. Tuttavia, anche altre risorse possono essere coinvolte, in particolare nelle fasi di raccolta e trasmissione delle informazioni. Possiamo suddividere questi costi in due grandi categorie: Costi trasferibili, che possono essere spostati dal decisore su altri soggetti. Downs distingue tre tipi di costi trasferibili: (a) Costi di approvvigionamento, relativi alla raccolta, selezione e trasmissione dei dati. (b) Costi di analisi, legati all'analisi fattuale dei dati. (c) Costi valutativi, che derivano dal confronto tra i dati analizzati e gli obiettivi specifici del decisore, ossia dalla loro valutazione.

Costi non trasferibili, che devono essere sostenuti direttamente dall'agente. In teoria, egli deve affrontare almeno un costo minimo per assimilare le informazioni o formulare un giudizio e intraprendere un'azione.

Dato che tali costi aumentano con la complessità delle informazioni—come nel caso della macroeconomia o della conoscenza specifica sulle epidemie virali—un individuo tende naturalmente a sviluppare un'“economia dell'informazione”, ovvero un utilizzo razionale delle risorse scarse per ottenere dati utili alle decisioni. Quante risorse dovrebbero essere impiegate nel processo informativo? Come dovrebbero essere allocate? Per essere razionale, tale “sistema informativo personale” dovrebbe essere ben calibrato, focalizzato sugli obiettivi rilevanti, fornire dati adeguati senza eccessi superflui e includere una certa pluralità di fonti (Downs). Come discusso in precedenza, tale processo non esiste in un mondo “perfettamente informato e pienamente razionale”, e intendiamo dimostrare che, in qualsiasi modello realistico, esso influisce in

modo significativo sull'intera procedura decisionale. È evidente che minore è il numero di passaggi eseguiti direttamente dal decisore, minori saranno i costi che egli dovrà sostenere. Ogni passaggio, ad eccezione dell'ultimo, può essere delegato a un altro soggetto. Poiché la raccolta, la selezione e l'analisi dei dati sono trasferibili, la delega è spesso una scelta razionale, consentendo di sfruttare economie di scala e il sapere esperto degli specialisti. La maggior parte della raccolta dati e dell'analisi fattuale viene infatti svolta da agenzie specializzate piuttosto che dai decisori stessi, permettendo così un notevole abbattimento dei costi. Tuttavia, la razionalità della delega non è sempre evidente. Il processo decisionale implica anche valutazioni soggettive, che riguardano la previsione delle conseguenze delle decisioni e la loro valutazione rispetto a scenari futuri. Delegare tali giudizi a terzi che non condividono i nostri valori e obiettivi può risultare controproducente. Le decisioni valutative sono più difficili da delegare perché non esistono standard professionali universalmente riconosciuti per identificare esperti in tale ambito. I deleganti devono quindi scegliere solo agenti che condividano i loro obiettivi e che dispongano di un bagaglio informativo più ampio. Pertanto, la delega di valutazione avviene più frequentemente verso individui piuttosto che verso gruppi di interesse o esperti professionali. Se avviene tale delega, devono essere previsti ulteriori passaggi per la trasmissione delle conclusioni dai soggetti incaricati ad altri decisori. Inoltre, anche l'esperto potrebbe aver sostenuto costi per la raccolta dei dati da altre fonti. Pertanto, i costi di trasmissione possono intervenire tra i vari passaggi e devono essere aggiunti al costo complessivo della decisione. Inoltre, la delega è strettamente connessa alla fiducia riposta nel terzo soggetto—istituzioni finanziarie, partiti politici, enti governativi. La mancanza di fiducia in questi soggetti ha portato a un crescente affidamento su entità non istituzionali, come algoritmi (ad esempio MoneyFarm), servizi di condivisione (car sharing), amici e interazioni peer-to-peer. Quando la delega non è un'opzione immediata, in un contesto di incertezza, i decisori razionali acquisiscono solo una quantità limitata di informazioni prima di prendere una decisione. Indipendentemente dalla disponibilità di dati, il

quantitativo di informazioni che un decisore può utilizzare è limitato, poiché la mente umana, anche con il supporto di strumenti di calcolo, è in grado di elaborare solo un volume circoscritto di informazioni contemporaneamente. L'assimilazione e la valutazione dei dati richiedono tempo, una risorsa particolarmente scarsa nel processo decisionale a causa della pressione degli eventi. Queste condizioni impongono la necessità di selezione dei dati. I decisori devono scegliere, all'interno di un'enorme quantità di informazioni disponibili, solo una parte da utilizzare nelle loro decisioni. Come visto nella sezione precedente, oltre al tempo, esistono ulteriori costi legati all'acquisizione o all'utilizzo delle informazioni. Ciò accresce ulteriormente la necessità di ridurre la quantità di dati impiegati nel processo decisionale. Dunque, si configura un problema economico a ciascuna fase del processo: quante informazioni (inclusi i giudizi) dovrebbero essere trasmesse alla fase successiva? Dalla natura economica dell'acquisizione dell'informazione emerge la necessità di selezione tra i dati. Sorge quindi una questione cruciale: quali criteri utilizzare per decidere quali dati selezionare e quali scartare? Questa scelta è fondamentale poiché determina il tipo di informazioni impiegate e, di conseguenza, influenza le decisioni e la loro efficacia. Un'altra dimensione su cui gli agenti razionali ottimizzano riguarda la copertura e l'ampiezza delle informazioni da acquisire. Per evitare di dover analizzare l'intero flusso di dati disponibili, i decisori possono individuare fonti informative che si concentrano su specifici ambiti di conoscenza, costruendo così un sistema personale e mirato di acquisizione delle informazioni. Un'ulteriore dimensione è il costo materiale delle informazioni. Per ridurre i costi personali di acquisizione dei dati, il cittadino razionale può fare affidamento su fonti di informazione gratuite, come quelle offerte dalla società stessa, o su informazioni sovvenzionate, come i report pubblicati dai partiti politici. Tuttavia, accettare informazioni sovvenzionate può ridurre il controllo sui criteri di selezione delle informazioni ricevute.

2.2 Citation

Le citazioni di riferimento sono:

- Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*, 1957.
- James M. Buchanan, *What Should Economists Do?*, 1979.
- Bryan Caplan, *The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies*, 2007.

CAPITOLO 3

IMPLICAZIONI DI POLICY

Quali sono i costi economici della disinformazione? Dati i costi di acquisizione e utilizzo dell'informazione, il cittadino razionale si trova di fronte alla necessità di selezionare tra le fonti disponibili. Tuttavia, le informazioni reperibili sul mercato non hanno tutte la stessa qualità. Le informazioni possono essere errate per diverse ragioni: Errori involontari: possono derivare da un'analisi imprecisa o da una raccolta dati non accurata. Distorsioni intenzionali: alcune fonti manipolano deliberatamente le informazioni per perseguire determinati interessi. Propaganda e disinformazione: alcuni attori diffondono notizie false con l'obiettivo di influenzare l'opinione pubblica o promuovere specifiche ideologie. Per il decisore razionale, il rischio di utilizzare informazioni errate ha un costo significativo, in quanto può portare a decisioni sbagliate con conseguenze negative. Pertanto, è necessario investire risorse per verificare l'affidabilità delle fonti, il che rappresenta un ulteriore costo informativo. Quando la qualità dell'informazione è incerta, si verificano due effetti: Selezione avversa: se il cittadino non riesce a distinguere tra informazioni affidabili e non affidabili, potrebbe essere portato a trattarle allo stesso modo. Questo può incentivare la diffusione di notizie false, in quanto gli attori meno scrupolosi non subiscono penalizzazioni immediate per la diffusione di informazioni distorte. Perdita di fiducia: se il cittadino si rende conto che molte informazioni sono inaffidabili, potrebbe sviluppare un atteggiamento scettico nei confronti di tutte le fonti, anche quelle attendibili. Questo può portare a una sfiducia generalizzata nei confronti dei media, delle istituzioni e degli esperti. Per contrastare questi effetti, è possibile adottare strategie di verifica, come il fact-checking e l'affidamento

a fonti di informazione riconosciute per la loro affidabilità. Tuttavia, queste strategie comportano ulteriori costi in termini di tempo e risorse, il che può disincentivare i cittadini dal verificare le informazioni in modo sistematico. L'acquisizione e l'uso dell'informazione comportano costi economici che influenzano profondamente il processo decisionale. Poiché il tempo e le risorse disponibili sono limitati, i cittadini devono adottare strategie di selezione dell'informazione, delega e verifica. Tuttavia, la qualità delle informazioni disponibili varia, e la presenza di notizie false o distorte rappresenta una sfida significativa. Per ridurre i costi associati alla cattiva informazione, è necessario promuovere meccanismi che incentivino la trasparenza e la qualità dell'informazione, migliorando al contempo l'alfabetizzazione mediatica dei cittadini. Solo in questo modo è possibile garantire un processo decisionale più razionale ed efficace. I consumatori di fake news si comportano secondo il principio dell'ignoranza razionale o della razionalità irrazionale? La risposta dipende dal grado di certezza con cui gli individui mantengono le proprie convinzioni. Considereremo la disinformazione come una mancanza di informazioni: l'individuo non investe ulteriore sforzo nel cercare e comprendere appieno un'informazione aggiuntiva che potrebbe modificare o confutare la sua falsa credenza. I creatori, i consumatori e gli attori intermedi della disinformazione si influenzano reciprocamente, creando un vero e proprio ecosistema delle fake news (Kshetri, 2017). La correzione di questo fenomeno richiede misure di policy innovative, che illustriamo nella presente sezione. Le fake news possono diffondersi rapidamente a causa del comportamento razionalmente irrazionale. Poiché le persone possono mantenere le proprie convinzioni errate senza subire costi materiali immediati, una soluzione logica sarebbe aumentare il costo materiale dell'irrazionalità. Tuttavia, alcuni tipi di irrazionalità sono intrinseci alla nostra cultura. Ad esempio, il 52,5% degli intervistati nel General Social Survey dell'Università di Chicago ritiene che l'astrologia abbia "un certo fondamento scientifico" (Randi, 1989). Un esempio in cui il costo materiale dell'irrazionalità religiosa è diventato troppo elevato per essere sostenibile si trova nella cultura islamica. Kuran (1995) spiega

che l'“economia islamica” vieta l'applicazione di interessi sui prestiti per ragioni che la maggior parte degli economisti troverebbe difficili da accettare. Tuttavia, nei paesi in cui le banche islamiche competono con quelle tradizionali, si è sviluppata la pratica di ridefinire gli interessi come “quota di profitto”, in modo da mantenere una coerenza formale con il Corano senza incorrere nelle inefficienze di un divieto assoluto sugli interessi.

3.1 Citation

Le citazioni di riferimento sono:

- Nir Kshetri, *The Emerging Role of Big Data in Key Development Issues: Opportunities, Challenges, and Concerns*, 2017.
- Timur Kuran, *Islam and Mammon: The Economic Predicaments of Islamism*, 1995.
- James Randi, *The Faith Healers*, 1989.
- General Social Survey, University of Chicago, *GSS Data Explorer*, rilevazioni su astrologia, ultimi aggiornamenti disponibili.

CAPITOLO 4

CONCLUSIONI

L'ipotesi di razionalità applicata all'acquisizione e all'elaborazione delle informazioni appare obsoleta e inadeguata a descrivere la crescente complessità delle strutture informative. Riteniamo che i modelli di ignoranza razionale e di razionalità irrazionale siano strumenti più efficaci della razionalità standard per prevedere i comportamenti aggregati. Il presente lavoro dimostra che il fenomeno delle fake news –con le sue conseguenze economiche, politiche e sociali –può essere meglio analizzato adottando questi approcci. Man mano che l'era dell'informazione si sviluppa, le istituzioni politiche ed economiche (banche, imprese pubbliche e private, Stati) devono aggiornare le proprie strategie di diffusione e comunicazione delle informazioni. Chiarezza, sintesi e immediatezza sono essenziali per ridurre i costi informativi e raggiungere il maggior numero possibile di cittadini, indipendentemente dal loro capitale umano e livello di istruzione. Inoltre, sarebbe fondamentale educare il pubblico affinché impari a riconoscere e richiedere informazione di qualità, scartando in modo consapevole le fonti inaffidabili —secondo una logica per cui "la moneta buona scaccia quella cattiva". Questo obiettivo può essere perseguito attraverso programmi educativi mirati, che inizino già dalla scuola dell'infanzia e proseguano lungo tutto il percorso formativo, aiutando sia i giovani sia gli adulti a sviluppare capacità di lettura critica e di analisi delle fonti e dei dati.

4.1 Citation

Le citazioni di riferimento sono:

- Bryan Caplan, *The Myth of the Rational Voter: Why Democracies Choose Bad Policies*, 2007.
- Anthony Downs, *An Economic Theory of Democracy*, 1957.
- George Akerlof, *The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism*, 1970.
- European Commission, *A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation*, 2018.
- OECD, *Educating 21st Century Children: Emotional Well-Being in the Digital Age*, 2019.

