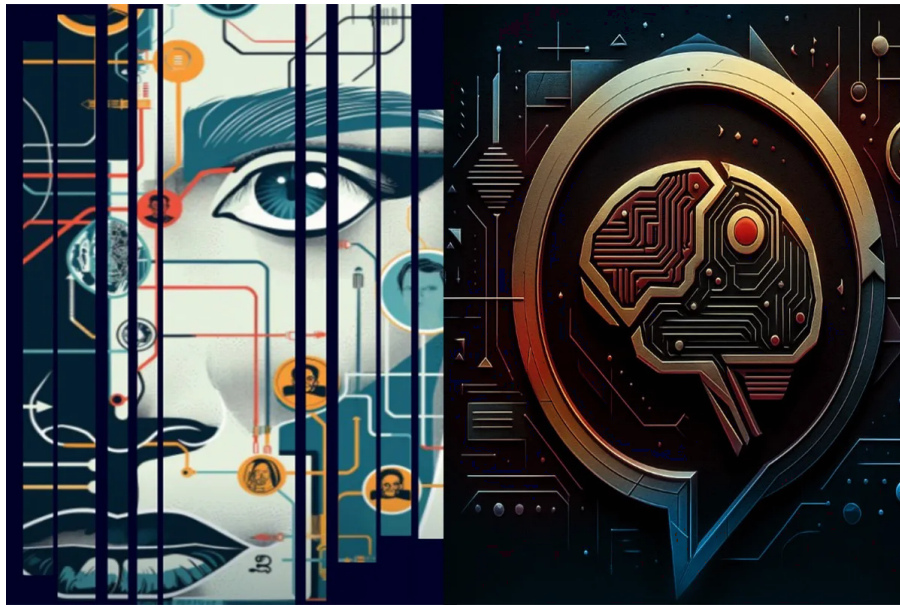




La Minaccia n. 1: L’Influenza sulle Opinioni Pubbliche Occidentali

Pubblicato il 02/01/2026

L’idea di una “pace” stabile e lineare è sempre più un’illusione. Nel sistema internazionale contemporaneo, le grandi potenze non stanno mai davvero ferme: si muovono lungo un continuum che alterna **competizione, crisi e conflitto**. In altre parole, anche quando non si spara, lo scontro può essere già in corso—solo che si svolge sotto la soglia cinetica, nei mercati, nella diplomazia, nelle infrastrutture critiche e, soprattutto, **nelle menti**.

Questa lettura è ormai comune anche in ambito dottrinale e strategico: documenti militari e analitici descrivono come gli avversari “contestino” gli Stati Uniti e gli alleati **attraverso le dimensioni diplomatiche, informative, militari ed economiche** lungo tutto lo spettro **“Competition, Crisis, and Conflict”**. In parallelo, la riflessione più recente sottolinea che la competizione moderna non è confinata alla dimensione materiale: si estende alla **dimensione cognitiva**, diventando parte integrante del “continuum of competition”.

È proprio qui che nasce la vulnerabilità più grande delle democrazie occidentali in tempi di **pseudo pace**: quando crediamo di essere fuori dalla guerra, siamo spesso già dentro un confronto che mira a **orientare, dividere, polarizzare**.

Competizione, crisi, conflitto: la “normalità” del confronto tra potenze

Nel linguaggio strategico contemporaneo, la competizione non è un’eccezione: è lo stato ordinario. La crisi è l’accelerazione—il momento in cui la pressione aumenta e gli attori testano soglie e reazioni. Il conflitto è la rottura, quando la coercizione supera la deterrenza.

Un elemento chiave è che, lungo questo continuum, gli strumenti cambiano forma ma non necessariamente scopo: **ottenere vantaggio**, indebolire l’avversario, limitare le sue opzioni, condizionare le sue decisioni. Non a caso, analisi sul contesto operativo descrivono come Cina e Russia puntino a “prevalere” proprio in **competizione, crisi e conflitto**, contestando l’avversario in modo sistemico.

Nella fase di competizione, lo scontro è cognitivo

La fase di competizione è quella in cui si costruiscono (o si erodono) consenso, fiducia, coesione sociale. È anche la fase in cui le **Operazioni di Influenza** diventano la norma, perché sono lo strumento più efficiente per ottenere risultati politici **senza** pagare il costo di un conflitto aperto.

Qui diventa centrale quanto descritto in *LA COMPETIZIONE COGNITIVA*: la mente umana non è un “campo neutro”, ma un sistema complesso con vulnerabilità prevedibili. La riflessione sulla dimensione cognitiva evidenzia che i processi mentali—psicologici e neurologici—sono **“prevedibili e manipolabili”**, e che, fuori dalle situazioni “lotta o fuggi”, la parte cosciente pesa solo per una quota minoritaria delle nostre decisioni e interpretazioni.

In questo spazio, i **bias** (scorciatoie cognitive) non sono una deviazione rara: sono il funzionamento normale del cervello. E proprio per questo diventano il bersaglio ideale di azioni avversarie: se posso agganciarli a emozioni, identità, paure, appartenenze, posso muovere comportamenti collettivi senza dover “convincere” razionalmente.

Che cosa sono le Operazioni di Influenza (definizione e canali)

Per “Operazioni di Influenza” si intende, in senso ampio, un insieme coordinato di attività volte a **modellare percezioni, atteggiamenti e decisioni** di una *target audience*.

Una definizione operativa molto chiara (in ambito strategico-militare) descrive le influence operations come l’“applicazione coordinata, integrata e sincronizzata” di capacità **diplomatiche, informative, militari, economiche e altre** (in pace, crisi e conflitto) per favorire atteggiamenti o comportamenti di un pubblico bersaglio in linea con gli obiettivi dell’attore che le conduce.

Nel contesto digitale, la NATO Strategic Communications Centre of Excellence usa il concetto di **Information Influence Operations (IIO)** definendole come un tentativo organizzato di ottenere un effetto su una audience, spesso attraverso comportamenti manipolativi e illegittimi, che **sfruttano il libero processo di formazione dell’opinione “imitando” comportamenti legittimi** per entrare nello spazio pubblico e influenzarlo.

I canali: stampa, media, social, e oltre

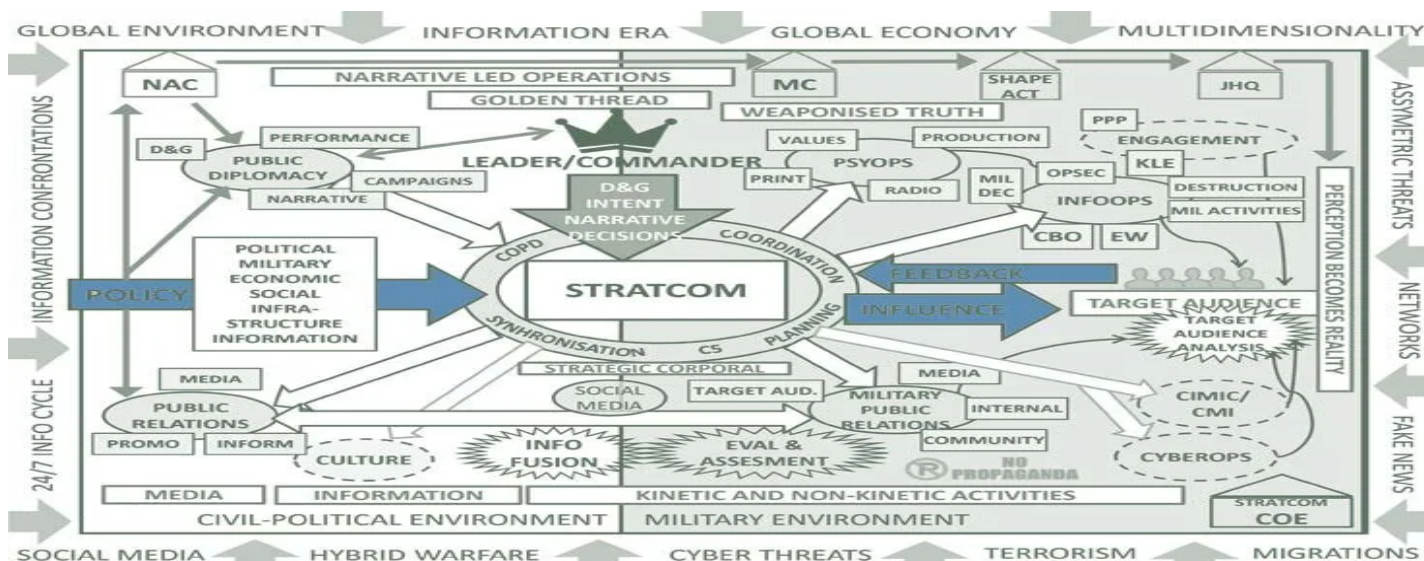
Nella competizione, queste operazioni si distribuiscono su più livelli e canali, spesso combinati:

- **Stampa e media tradizionali** (agenda-setting, framing, amplificazione selettiva);
- **Social network e piattaforme digitali** (reti coordinate, account fittizi, micro-targeting, manipolazione delle tendenze);
- **Ecosistemi “ibridi”**: influencer, pseudo-media, canali di messaggistica, comunità online, “esperti” costruiti;
- **Tecniche di supporto**: cyber, leakage, deepfake, sabotaggio reputazionale, operazioni psicologiche.

Il punto non è solo “diffondere falsità”: è **orientare l’interpretazione** di fatti veri, saturare lo spazio informativo, costruire sfiducia, rendere tutto ambiguo, polarizzare.

Ed è anche il motivo per cui—come ha sottolineato l’ammiraglio Giuseppe Cavo Dragone parlando di minacce ibride—non basta subire e rispondere in ritardo: l’Alleanza deve ragionare su un approccio **più proattivo**, “più aggressivo o proattivo, piuttosto che reattivo”.

(Tradotto sul piano informativo: **non puoi limitarti a smentire**; devi costruire resilienza, prevenire, attribuire, neutralizzare.)



La Minaccia n. 1: L'Influenza sulle Opinioni Pubbliche Occidentali

Perché le democrazie sono più esposte (e Russia/Cina meno vulnerabili)

Qui emerge l'asimmetria strategica: **le democrazie sono più esposte** perché la loro forza—pluralismo, libertà di espressione, competizione politica—è anche una superficie d'attacco.

Un manuale svedese dedicato al contrasto delle information influence activities lo dice in modo netto: il libero dibattito e la libertà di espressione sono pilastri della democrazia **anche se complicano** la difesa contro queste operazioni.

In una società aperta:

- lo spazio informativo è vasto e difficile da “sigillare”;
- il conflitto politico interno è fisiologico (quindi più facile da esasperare);
- i media competono per attenzione (quindi più vulnerabili a manipolazioni e amplificazioni);
- la fiducia nelle istituzioni è una variabile fragile e continuamente contesa.

Al contrario, sistemi autoritari come quelli russo e cinese possono ridurre l'esposizione interna con **controllo verticale** dello spazio informativo (censura, repressione, piattaforme controllate, narrazioni imposte). Non è solo una questione culturale: è anche infrastrutturale. La riflessione

italiana sul Cognitive Warfare evidenzia la dimensione di “reciprocità” asimmetrica: alcuni competitors possono agire nelle reti globali e, al tempo stesso, **negare la possibilità di risposta** attraverso reti sovrane interne (citando esplicitamente la rete cinese e il tentativo russo di RuNet).

E infatti, [rapporti indipendenti descrivono condizioni di libertà online estremamente degradate in Cina](#), con controllo e repressione sistematici.

Il risultato è uno squilibrio: l'Occidente è “permeabile” per natura, mentre gli avversari possono essere **permeabili verso l'esterno** (per influenzare) e **impermeabili verso l'interno** (per proteggersi).

Reagire senza diventare ciò che combattiamo

Il nodo politico è delicato: come difendersi senza snaturare i valori democratici? La risposta più solida non è la censura “simmetrica”, ma una strategia multilivello: **whole of society**, come indicato anche nella riflessione italiana sul Cognitive Warfare, che parla della necessità di consapevolezza diffusa e risposta corale, non limitata a un singolo dicastero.

In pratica, significa almeno cinque cose:

1. **Attribuire e rendere trasparente:** far emergere reti coordinate e responsabilità (qui l'approccio metodico all'attribuzione è cruciale).
2. **Rafforzare la resilienza cognitiva:** alfabetizzazione mediatica, cultura del dubbio, comprensione dei bias (non per “vaccinare” ideologicamente, ma per rendere più difficile la manipolazione).
3. **Comunicazione strategica credibile:** una “narrativa” non propagandistica, ma coerente, rapida, verificabile, capace di parlare anche al piano emotivo (perché è lì che avviene gran parte del senso).
4. **Partnership pubblico-privato:** piattaforme, data-sharing, strumenti di monitoraggio, risposta rapida (senza delegare la sovranità democratica a soggetti privati).
5. **Difendere la coesione interna:** perché l'obiettivo finale delle operazioni di influenza non è “farci credere una bugia”, ma **fratturare** fiducia e unità, rendendo ingestibile la decisione collettiva.

Take Away

In tempi di “pseudo pace”, la minaccia più efficace non è quella che distrugge ponti o depositi: è quella che **sposta la percezione**, rende impossibile distinguere il vero dal verosimile, trasforma il dissenso fisiologico in odio strutturale. Le Operazioni di Influenza sono il linguaggio quotidiano della competizione tra potenze, e il fronte più delicato—perché passa attraverso ciò che siamo: società aperte, libere, plurali.

Proprio per questo, la risposta non può essere solo tecnica. Deve essere **politica e culturale**: difendere la libertà significa anche difendere le condizioni cognitive e informative che la rendono possibile.

Link notizia: https://www.difesa.it/assets/allegati/31787/4.cognitive_warfare_-_la_competizione_nella_dimensione_cognitiva._ed.2023.pdf