

# YOUTUBE COME STRUMENTO DI INFORMAZIONE PER LA VACCINAZIONE COVID-19: ANALISI DI ATTENDIBILITÀ E QUALITÀ DEI CONTENUTI

M. Godoy<sup>1</sup>, A. Ancona<sup>1</sup>, L. Gentile<sup>1</sup>, C. Signorelli<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Scuola di Specializzazione in Igiene e Medicina Preventiva – Università Vita-Salute San Raffaele, Milano

## INTRODUZIONE

Durante la pandemia COVID-19, l'OMS ha identificato una grande infodemia (circolazione di una quantità eccessiva di informazioni, talvolta non vagliate con accuratezza) che ha reso difficile avere a disposizione facilmente notizie sempre affidabili. Si stima che 8 utenti di internet su 10 abbiano accesso a informazioni di tipo sanitario. Tra i siti maggiormente visitati, YouTube rappresenta il secondo per visualizzazione (dopo Google) nel mondo e in Italia. Con l'autorizzazione all'utilizzo del vaccino anti-COVID-19 il numero di ricerche effettuate online sul tema è cresciuto, rendendo necessario comprendere la natura, la qualità e l'attendibilità dei contenuti che vengono resi disponibili all'interno della piattaforma YouTube agli utenti italiani.

## MATERIALI E METODI

È stata effettuata una ricerca su YouTube Italia, in data 03/03/22, utilizzando il browser in navigazione privata con le parole chiave "vaccino covid": i risultati ottenuti hanno portato all'analisi di 94 video in lingua italiana (2 duplicati esclusi). L'analisi dei video è stata effettuata in doppio cieco. È stata valutata l'attendibilità del contenuto tramite lo score HoNCode, formato da 8 item dicotomici (0=Elemento assente, 1=Elemento presente). La qualità dei video invece, è stata saggiata tramite lo strumento validato DISCERN, costituito da 16 item a cui è possibile assegnare uno score da 1 a 5.

## RISULTATI

I video visualizzati appartengono principalmente alla categoria "Internet Media" (39%), mentre "Educational Medical" (8%) è la categoria meno rappresentata. Questi dati sono in contrasto con quanto è emerso dallo studio della qualità dei video, per cui la categoria "Internet Media" ha ottenuto i punteggi più bassi, mentre "Educational Medical" è risultata la categoria migliore (29,1 vs 46,9/80;  $p=0,002$ ). Differenze statisticamente significative sono state riscontrate anche tra "Educational Medical" e "News Agencies" in termini di qualità (46,9 vs 29,6/80;  $p=0,021$ ). Per quanto concerne i parametri di attendibilità, i canali con i valori maggiori appartengono alla categoria "News Agencies" e quelli con i valori minori sono quelli catalogati come "Educational nonmedical".

## CONCLUSIONI

Nonostante la piattaforma YouTube abbia implementato una nota informativa per l'utente sulla policy contro la disinformazione relativa al Vaccino anti COVID-19, rimandando al sito del ministero della Salute, lo studio evidenzia come esista estrema eterogeneità in tipologia e qualità dei video. In special modo, i contenuti prodotti da canali appartenenti alle categorie Internet Media e News Agencies andrebbero valutati con cautela da parte degli utenti, in quanto di qualità non adeguata all'importanza del tema e alle possibili ripercussioni in salute pubblica.

Tabella 1

Categoria	N.	HoN Code score Media	DISCERN score Media	Giorni da upload Media (DS)	n. di visualizzazioni Media (DS)	n. di LIKE Media (DS)	n. di Commenti Media (DS)	Durata in minuti Media (DS)	Posizione Media (DS)
<b>Educational Medical</b>	7	2,14	46,9	213 (160)	70518 (164969)	907 (2029)	46 (55)	8:52 (4:57)	56,3 (22,4)
<b>Educational Nonmedical</b>	13	1,77	42,9	187 (136)	178306 (369855)	2863 (5568)	644 (1706)	3:07 (5:56)	38,2 (28,4)
<b>Independent non-medical User</b>	12	2,08	34,4	218 (207)	388857 (713008)	19651 (41306)	3386 (5225)	3:38 (3:12)	42,0 (27,9)
<b>Internet Media</b>	35	1,97	29,1	202 (166)	88832 (184269)	1076 (3364)	830 (1838)	3:22 (4:32)	50,7 (26,8)
<b>News Agencies</b>	10	2,5	29,6	210 (169)	22885 (19883)	103 (94)	368 (394)	3:30 (3:14)	59,4 (30,2)
<b>Nonprofit or medical organizations</b>	17	2,47	38,9	309 (118)	75807 (100408)	760 (1103)	426 (844)	5:09 (8:49)	41,4 (26,0)

Figura 1

