

CHECK IT OUT

PREPARAZIONE

Potrebbe essere una buona idea preparare una presentazione PowerPoint / [Prezi](#) / [Canva](#) per questa sezione, perché gran parte della sessione si basa sull'analisi di contenuti visivi. Inoltre, ricordati di adattare gli esempi suggeriti in questa sezione del manuale a questioni che siano più familiari al tuo pubblico. Ad esempio, se sei un educatore sloveno che fa da tutor a discenti sloveni, cerca e utilizza per illustrare i punti che verranno trattati alcuni esempi noti nei discorsi pubblici sloveni. Più gli esempi sono popolari, meglio comunicherai il messaggio.

Un'altra idea di preparazione: prepara un breve quiz (massimo 3 domande) usando [Kahoot](#) o domande con [Mentimeter](#) per coinvolgere i partecipanti nell'argomento. Il quiz può essere uno strumento di motivazione oltre che uno strumento per verificare le loro conoscenze pregresse sulla disinformazione.

Esempi di domande:

1. Cosa è tipico della disinformazione?

- A. È sempre falsa
- B. Si trova solo su Internet
- C. È involontaria
- D. Viene creata per divertimento

2. Quali delle seguenti caratteristiche si riferiscono alla misinformazione?

- A. Il contenuto è manipolato di proposito e per causare danni
- B. Le informazioni pubblicate sono private
- C. Gli errori non sono intenzionali (didascalie delle foto, date, traduzioni...)
- D. E' creato per interesse personale o aziendale

PRESENTAZIONE DELL'OBIETTIVO DELLA SESSIONE

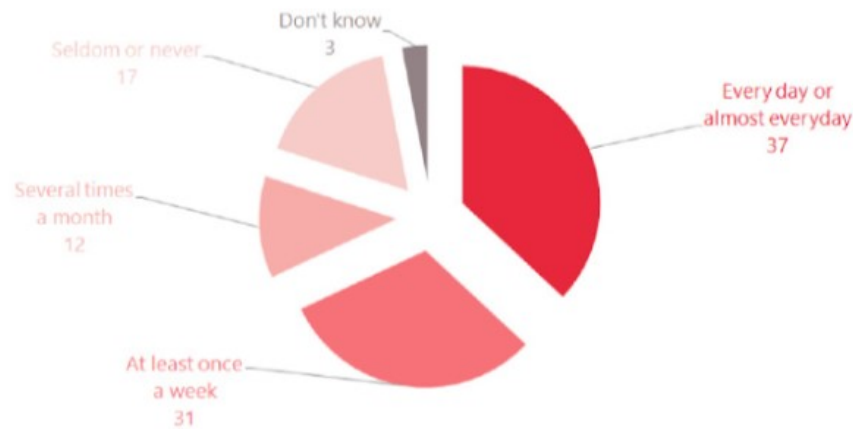
L'obiettivo della sessione è concettualizzare la disinformazione come un fenomeno che influenza le nostre vite e il nostro processo decisionale e riflettere sulla sua natura: che cos'è? Da dove proviene? Chi crea disinformazione e perché?

Un modo efficace per coinvolgere i partecipanti e stabilire aspettative comuni su ciò che impareranno è porre alcune domande preliminari sulla disinformazione e classificare le loro risposte. Questo può essere fatto attraverso il lavoro di gruppo chiedendo agli studenti di discutere e raccogliere idee, ma anche individualmente chiedendo a ogni partecipante di scrivere le proprie idee su un post-it. L'attività può essere svolta come segue:

- Chiedi ai discenti di fornire esempi di disinformazione.
- Invita i discenti a classificare tali esempi in base agli argomenti.
Gli esempi molto probabilmente riguarderanno argomenti come identità, denaro, benefici sociali, salute, tecnologia.
- Chiedi ai discenti di rispondere alle domande "Dove possiamo trovare la disinformazione? In quale forma (video, articoli, post, ecc.)? "
- Chiedi ai discenti di riflettere sulla domanda "Perché le persone diffondono disinformazione?"
Le risposte molto probabilmente si riferiranno al "far progredire degli interessi": (geo) politici, finanziari, economici, sociali. Assicurati che i discenti siano in grado di distinguere tra diffusione intenzionale e non intenzionale di informazioni false. Per sottolineare questa distinzione, prova a chiedere loro: "Chi diffonde informazioni false?". Dopo un primo giro di risposte, prosegui con una seconda domanda: "Chi tra voi ha condiviso informazioni false e se ne è accorto solo dopo?" (potresti voler alzare una mano tu stesso).
- Chiedi ai discenti quanto spesso ritengono di imbattersi nella disinformazione. Utilizza il grafico seguente (o simili) per illustrare visivamente le risposte ottenute⁶:

⁶ Eurobarometro, 2018

Q2 How often do you come across news or information that you believe misrepresent reality or is even false?
(% - EU)



Base: All Respondents (N=26,576)

CONCETTUALIZZARE LA DISINFORMAZIONE: DEFINIZIONI

Prima di fornire una definizione ufficiale, chiedi ai discenti di inventarne una propria. Dopo questo esercizio preliminare, suggerisci la seguente definizione:

*“La **disinformazione** è intesa come informazione verificabile falsa o fuorviante che viene creata, presentata e diffusa per guadagno economico o per ingannare intenzionalmente il pubblico e può causare danni pubblici. Il danno pubblico comprende minacce ai processi democratici a livello politico e di policy-making, nonché a beni pubblici come la protezione della salute dei cittadini dell'UE, l'ambiente o la sicurezza. La disinformazione non include la segnalazione di errori, satira e parodia, o notizie e commenti chiaramente identificati come di parte”. (Gruppo di Esperti di Alto livello della Commissione Europea, 2019)⁷*

!!! Sottolinea la differenza con il concetto diffuso di **"fake news"**. Questo termine è noto principalmente per il suo utilizzo da parte dei politici per descrivere le agenzie di stampa con le quali non sono d'accordo. È privo di contenuto, dispregiativo ed è per lo più considerato uno scherzo.

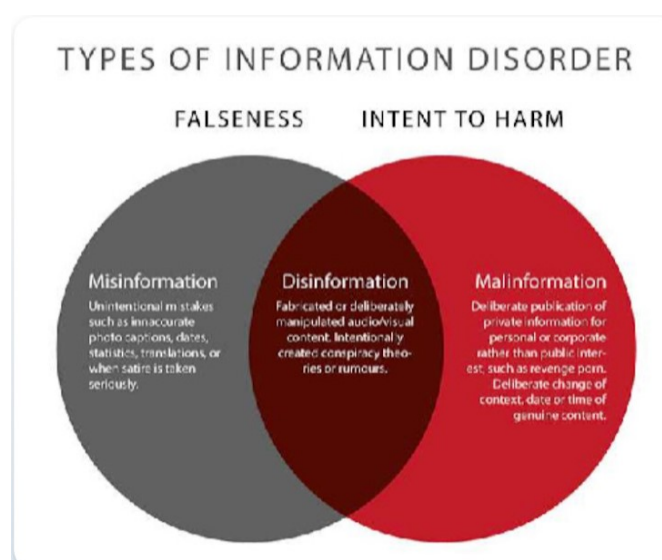
⁷ Commissione Europea, 'Tackling Online Disinformation', 2019, estratto il 19.04.2020, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>

L'uso del termine "fake news" "sta diventando un meccanismo attraverso il quale i potenti possono reprimere, limitare, minare e aggirare la libertà di stampa"⁸. L'UE e gli Stati Europei si riferiscono principalmente alla "disinformazione" come al concetto più importante.

Riflessione di gruppo sulla definizione:

- Domanda consigliata:
 - Cosa pensate riguardo all'atto di divulgare *involontariamente* informazioni false? Se qualcuno diffonde involontariamente false informazioni, è un delinquente o una vittima?
- Domande opzionali:
 - Cosa significa *falso verificabile*? La discussione dovrebbe ridursi a (tra le altre cose): fatti inventati e falsi, selezione selettiva o parziale di fatti e affermazioni in modo che ne sia impedita l'interpretazione, fatti inventati o falsi sul contesto.
 - In che modo la disinformazione causa danni pubblici? Chiedi ai discenti di proporre degli esempi.
 - Quale tipo di attività è stato escluso dalla definizione di disinformazione? Qual è il ruolo dei media rispetto a questa definizione?

Usa questa discussione come premessa per presentare il **quadro concettuale del "Disturbo dell'Informazione"** (Wardle, 2017; Wardle & Derakhshan, 2017)⁹, che identifica tre tipi di informazioni false e / o dannose:



⁸ Claire Wardle and Hossein Derakhshan, 'Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making', Consiglio d'Europa, 2017 Strasburgo, p. 5.

⁹ Ibid.

- **Misinformazione:** errori involontari come didascalie di foto, date, statistiche, traduzioni inesatte o quando la satira viene presentata come qualcosa di serio.
- **Disinformazione:** contenuto audio / visivo falsificato o deliberatamente manipolato. Teorie o voci del complotto create intenzionalmente.
- **Malinformazione:** pubblicazione deliberata di informazioni private per interesse personale o aziendale piuttosto che pubblico (come il fenomeno del revenge porn). Modifica deliberata del contesto, della data o dell'ora di un contenuto autentico.

!!! La combinazione di falsità (*misinformazione*) e intenzione di nuocere (*malinformazione*) producono disinformazione.

Rifletti in gruppo sulle definizioni pensando a degli esempi. A volte è molto difficile identificare il confine tra i vari termini, quindi sii flessibile su quale esempio appartiene a quale categoria.

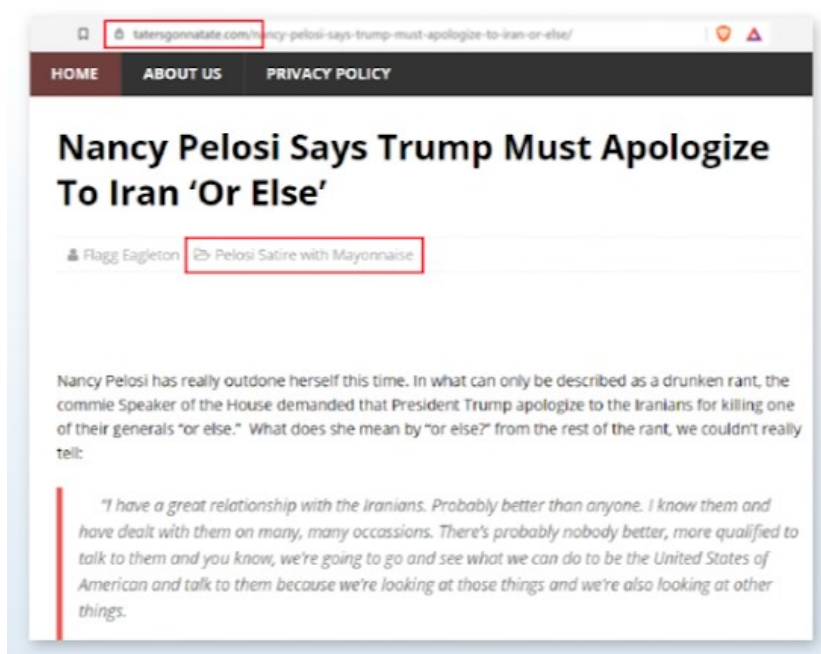
Un suggerimento per un'altra attività: fornire ai discenti una notizia della scorsa settimana e chiedere loro di trasformarla in a) misinformazione, b) disinformazione, c) malinformazione.

Lascia che lavorino in gruppo e definisci il tempo. A conclusione del tempo convenuto, chiedi ad ogni gruppo di presentare le proprie "notizie" e permetti loro di ricevere un feedback dal resto dei partecipanti.

CONCETTUALIZZARE LA DISINFORMAZIONE: CATEGORIZZAZIONE

Suggerisci la seguente categorizzazione di disinformazione e di disinformazione¹⁰ e poi in gruppo rifletti su di essa fornendo esempi:

- **Satira o parodia:** nessuna intenzione di nuocere ma dotata del potenziale per ingannare.



- Negli Stati Uniti questa notizia è stata presa per veritiera e ripresa da così tante agenzie di stampa che è stato necessario coinvolgere Snopes, il sito web americano per il fact-checking, per verificare che il fatto non fosse vero¹¹.
- Richiama l'attenzione sull'URL del sito web (tatersgonnatate.com) e sulla precisazione relativa al fatto che si tratti di satira ("Pelosi Satire with Mayonnaise").
- Esorta i discenti a riflettere su chi dovrebbe essere ritenuto responsabile in questo caso per la diffusione di disinformazione. E' possibile incolpare qualcuno che ha chiarito di star scrivendo una presa in giro?
- Esorta i discenti a riflettere su quali sentimenti e reazioni il pezzo intenda suscitare nelle persone.

¹⁰ Claire Wardle, 'Fake News. It's Complicated', Prima Bozza, 2017, estratto il 17 aprile 2020, <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>; esempi tratti da: Alexandre Alaphilippe, Roman ... 'Face to Face Training for Educators: The Conceptual Background of Disinformation', EU DisinfoLab, 2020, Zalec

¹¹ David Mikkelson, 'Did Nancy Pelosi Say Trump Must Apologize to Iran 'Or Else'?', Snopes, 2020, estratto il 19.04.2020, <https://www.snopes.com/fact-check/trump-apologize-to-iran/>.

- **Contenuti ingannevoli:** uso ingannevole di informazioni per inquadrare un problema o un individuo.



- In realtà, il piano è per la costruzione di "un complesso condominiale di molti piani, [che] ospiterà al suo interno un centro culturale musulmano e uno spazio di preghiera"¹².
- Quanto è stato intenzionale questo tentativo di fuorviare i lettori?
- Esorta i discenti a riflettere su quali sentimenti e reazioni il pezzo intenda suscitare nelle persone. Sottolinea la terminologia usata nell'articolo per inquadrare il progetto: "progetto sinistro", "moschea trionfale", "informazione sepolta".

¹² Bethania Palma, 'Is the 'Ground Zero Mosque' Project Back?', Snopes, 2019, estratto il 19.04.2020, <https://snopes.com/fact-check/muslim-community-center/>.

- **Contenuto truffaldino:** quando fonti autentiche vengono impersonificate falsandone l'autenticità.



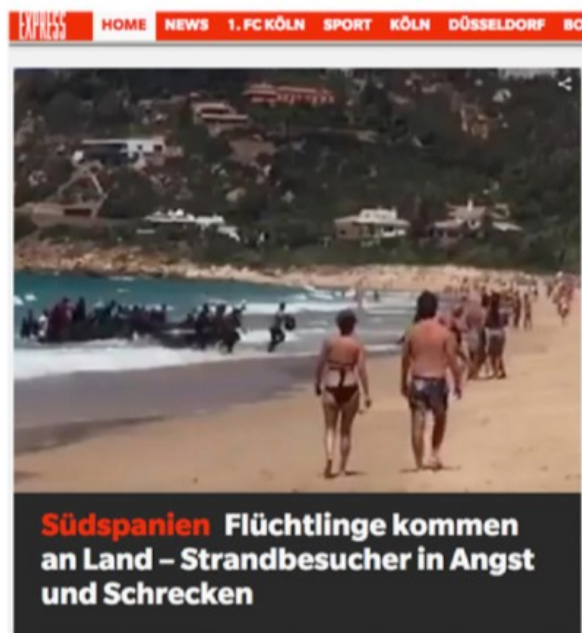
- Questo articolo, che falsamente affermava "Emmanuel Macron è stato sostenuto dall'Arabia Saudita durante le elezioni presidenziali francesi del 2017", è stato pubblicato su "LeSoir.info", un sito web fasullo che fingeva di essere il quotidiano belga Le Soir. L'URL corretto di Le Soir è "LeSoir.be".
- Esorta i discenti a riflettere su quali sentimenti e reazioni il pezzo intenda suscitare nelle persone.
- Cosa si può fare per verificare l'autenticità del sito?

- **Contenuti inventati:** contenuti di notizie falsi al 100%, progettati per ingannare e nuocere.



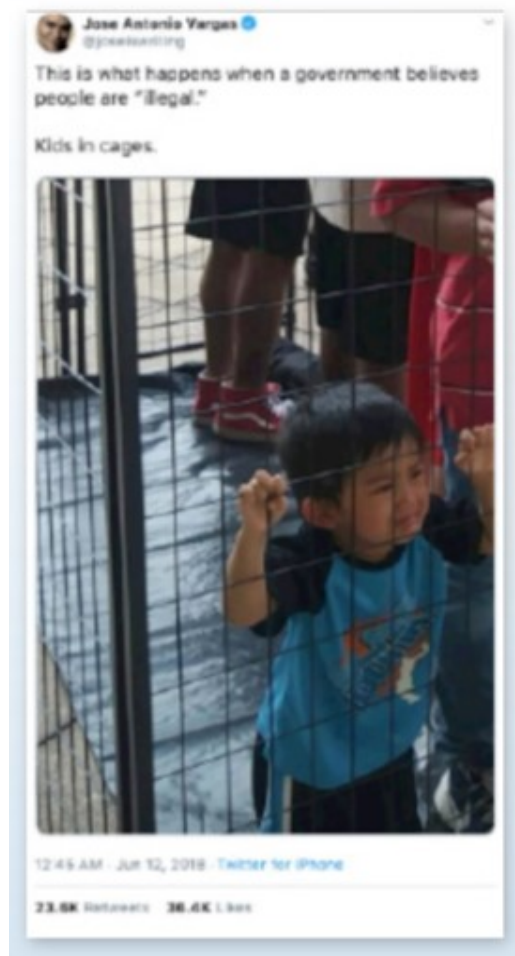
- Questo articolo afferma che Papa Francesco abbia sostenuto la candidatura di Donald Trump durante le elezioni statunitensi del 2016, il che è completamente falso.
- Esorta i discenti a riflettere su quali sentimenti e reazioni il pezzo intenda suscitare nelle persone.
- Quali potrebbero essere le motivazioni alla base di questo contenuto?

- **Collegamento falso:** quando titoli, immagini o didascalie non sono coerenti con il contenuto.



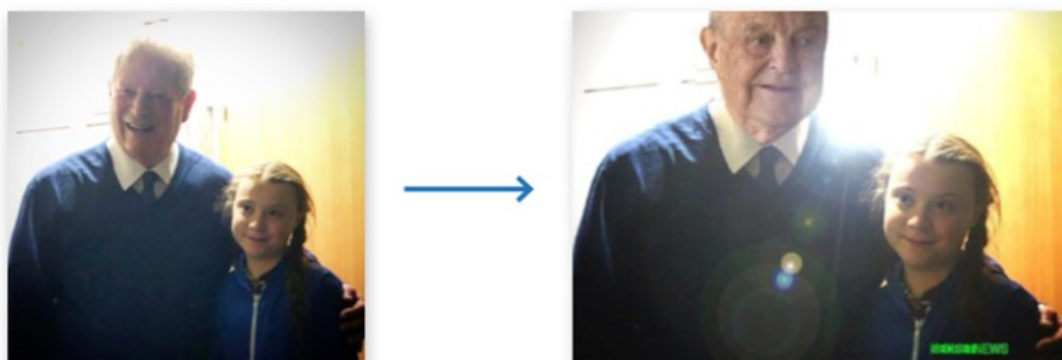
- Questo articolo è intitolato: "Sud della Spagna: i rifugiati giungono a riva - bagnanti preda di paura e terrore". Tuttavia, il contenuto dell'articolo non è coerente con l'affermazione di "turisti in preda a paura e terrore" e include un video che mostra come i turisti non fossero affatto spaventati dall'arrivo dei rifugiati.
- Domanda ai discenti quali sentimenti e reazioni ha suscitato in loro l'immagine presentata nell'articolo.
- Esorta i discenti a riflettere su quali sentimenti e reazioni il pezzo intenda suscitare nelle persone.

- **Contesto falso:** quando fonti autentiche vengono condivise con informazioni di contesto false.



- Questo Tweet suggerisce falsamente che questa sia la foto di "un bambino detenuto dalle autorità statunitensi in quanto migrante illegale". In realtà, la foto è stata scattata durante una manifestazione contro le politiche di immigrazione dell'amministrazione Trump e il bambino non è affatto detenuto.
- Esorta i discenti a riflettere su quali sentimenti e reazioni il pezzo intenda suscitare nelle persone.
- Quali argomenti vengono trattati in questo contenuto e su quali emozioni gioca?

- **Contenuto manipolato:** quando informazioni o immagini autentiche vengono manipolate con scopi ingannevoli.



- L'immagine originale che cattura un incontro tra Greta Thunberg e Al Gore è stata modificata per affermare in maniera falsa che la giovane attivista svedese avesse incontrato George Soros.
- Esorta i discenti a riflettere su quali sentimenti e reazioni il pezzo intenda suscitare nelle persone.

Dopo aver presentato le sette categorie elencate sopra, chiedi ai discenti di riflettere su:

- Altri esempi di misinformazione e disinformazione che assocerebbero a ciascuna delle sette categorie.
- Che tipo di emozioni pensavano che gli esempi precedenti cercassero di evocare. Le risposte probabilmente ruoteranno attorno a paura, rabbia, tristezza, repulsione, preoccupazione, ecc. Sottolinea che le emozioni forti, come quelle appena menzionate, tendono a provocare una reazione altrettanto forte.
- Che tipo di reazione ritengono sia più naturale. I discenti probabilmente menzioneranno l'impulso di parlarne, di condividere con altre persone, di commentare, ecc. - essenzialmente, per *contribuire alla diffusione della disinformazione*.

CONCETTUALIZZARE LA DISINFORMAZIONE: COME FUNZIONA LA DISINFORMAZIONE?

E' questa un'ottima sede per concentrarsi sull'importanza che riveste la carica emotiva dei messaggi nel successo della disinformazione. Prima di enumerare queste emozioni, chiedi ai partecipanti cosa pensano al riguardo (attività di brainstorming).

La disinformazione cerca sempre di giocare sulle emozioni: mira a far piangere, urlare, far innervosire, stimola la paura, fa provare la sensazione di essere respinti. Per questo tende a giocare sui temi che stanno più a cuore alle persone: i bambini, la salute, i soldi o le finanze pubbliche.

Un altro argomento spesso utilizzato è quello dell'identità. La disinformazione relativa all'identità può riguardare:

- l'identità nazionale (ad esempio, l'UE che vieta qualcosa che è tipicamente nazionale);
- Identità religiosa (ad esempio, un articolo che confronta i diritti dei musulmani con i diritti dei cristiani);
- Identità sociale (ad esempio, una presentazione distorta di un evento o di un'attività relativa ai diritti LGBT).

Alcuni esempi includono:

- "Corte europea dei diritti dell'uomo: a partire da marzo 2016, il battesimo dei bambini sarà vietato negli Stati membri dell'Unione europea" (Italia, Libero Quotidiano, 2016).
- "Le autorità bulgare stanno seguendo l'esempio norvegese rubando i bambini alle loro famiglie" (poster e post presenti sui social media; parte di una campagna di disinformazione contro la riforma dei servizi per l'infanzia in Bulgaria; novembre 2019).
- Il Covid-19 è una bufala o un virus sviluppato appositamente dall'uomo (marzo 2020).
- Gli sviluppi sociali e le nuove libertà sono guidati da un'agenda femminista o omosessuale volta a corrompere la morale pubblica (i concetti di propaganda femminista e omosessuale sono importanti tropi di disinformazione)¹³.

¹³ EU vs Disinformation, 'DISINFO: Europe Brings Totalitarian Feminism to Belarus to Destroy Social Values', 2019, estratto il 19.04.2020, <https://euvsdisinfo.eu/report/europe-brings-totalitarian-feminism-to-belarus-which-destroys-societys-values/>.

Una strategia particolarmente efficace per contrastare la diffusione della disinformazione è quella di fermarsi sempre a pensare quando si incontra un pezzo che ti provoca emotivamente. Quando ti imbatti in qualcosa che ti fa sentire arrabbiato o spaventato, è necessario prendersi sempre un momento per riflettere: “Aspetta! Perché questo mi fa sentire così? ”. Ricordati sempre di ricontrollare confrontandoti con altre fonti per assicurarti che quel pezzo sia affidabile.

!!! Da qui inizia la parte più teorica della sessione. Ricordati di chiedere spesso al pubblico cosa ne pensa, se possono fare degli esempi o se ritengono di aver visto / sperimentato qualcosa di quanto descritto in prima persona.

Amplificatori naturali

Ci sono una serie di fattori connessi al comportamento umano a livello universale che fungono da veri amplificatori della disinformazione. Questi includono:

- **Bias di conferma:** le persone di solito preferiscono leggere e interagire con i contenuti che rispecchiano le loro opinioni. Questo li rende più propensi a condividerlo anche se non è veritiero¹⁴.
- **Omofilia:** il comportamento online delle persone (inclusa la condivisione di contenuti e di commenti) viene influenzato dal comportamento delle connessioni sociali che hanno online. Solitamente si tratta di persone che la pensano allo stesso modo¹⁵.
- **Echo Chambers:** il bias di conferma e l'omofilia, presi insieme, portano alla creazione di spazi online (camere dell'eco) in cui le persone sono esposte e condividono con le loro connessioni prevalentemente informazioni in linea con le loro già preesistenti convinzioni. Ciò succede spesso a scapito di opinioni diverse e senza alcun riguardo alla veridicità dei contenuti o delle fonti. Gli algoritmi delle piattaforme dei social media contribuiscono allo sviluppo di tali camere dell'eco¹⁶.

La propagazione della disinformazione

Il grafico seguente¹⁷ costituisce un buono strumento per concettualizzare la propagazione della disinformazione:

¹⁴ Wardle and Derakhshan, 2017, p. 50.

¹⁵ Alaphilippe, Gizikis et al., 2019, p. 21.

¹⁶ Wardle and Derakhshan, 2017, p. 50.

¹⁷ Alexandre Alaphilippe, Alexis Gizikis, Clara Hanot, Kalina Bontcheva, 'Automated Tackling of Disinformation', Servizio Ricerca del Parlamento Europeo, 2019, Bruxelles, p. 10



Il grafico illustra il ciclo di vita di un elemento di disinformazione. L'area arancione indica il periodo di crescita, diffusione e picco di disinformazione. L'area blu rappresenta la fase di declino dell'articolo di disinformazione attraverso la verifica, la diffusione della verità e l'analisi dell'impatto. A volte ci troviamo di fronte risposte alla disinformazione volte a fornire una soluzione a lungo termine; queste includono iniziative legislative, movimenti sociali o un cambio di piattaforme online per identificare la disinformazione.

Il grafico sottolinea:

- I temi su cui gioca la disinformazione: convinzioni politiche, sociali, religiose.
- Le forme utilizzate per la disinformazione: solitamente digitali, come meme, video, articoli, post sui social media.
- Gli strumenti di amplificazione: propagazione artificiale (bot automatizzati che condividono il contenuto l'uno dell'altro per amplificarne l'effetto), propagazione attraverso degli strumenti (es. Pubblicità a pagamento) o propagazione naturale (diffusione non intenzionale da parte degli utenti online).
- L'importanza di verificare sia il contenuto che la fonte.

- L'importanza di divulgare i risultati sulla disinformazione e di sensibilizzare le persone al riguardo.

La disinformazione non segue sempre tutte le fasi di questo ciclo di vita. A volte la disinformazione viene identificata come tale in una fase molto precoce e il potenziale danno pubblico viene scongiurato in tempo. In altre occasioni, la disinformazione non viene mai identificata e si continua a propagare per molto tempo prima di estinguersi.

Amplificazione e social media

Uno dei luoghi online in cui la disinformazione può diffondersi più facilmente e amplificare i danni a livello pubblico, sono le piattaforme di social media come Facebook e Twitter. Ci sono molte ragioni che sostengono tale evidenza¹⁸:

- I social media forniscono un modo molto semplice per raggiungere molte persone. In sostanza, si può scrivere un articolo emotivamente provocatorio o fare un video essendo certi che un ampio gruppo di persone non avrà altra scelta che visualizzarlo.
- Gli algoritmi di queste piattaforme sono progettati per promuovere contenuti di tendenza. Ciò significa che più utenti interagiscono con un elemento di disinformazione, più utenti raggiungerà: un effetto valanga.
- La disinformazione di solito opera attraverso una rete di canali tutti coinvolti nella sua diffusione. Ciò potrebbe includere profili falsi e gruppi falsi che condividono il contenuto in modo che venga riconosciuto come trend dalle piattaforme. Un'altra opzione è la pubblicità a pagamento: i siti web di notizie spazzatura creano contenuti falsi e li pubblicizzano online; gli utenti quindi interagiscono con tali contenuti ed i creatori dei contenuti ottengono entrate dalla visualizzazione degli annunci.
- I social media offrono molti strumenti pubblicitari di micro-targeting. Ciò significa che è possibile progettare un annuncio in modo che si rivolga a un pubblico specifico che ha maggiori probabilità di interagire con la disinformazione. Gli obiettivi vengono individuati sulla base di titoli professionali, appartenenza a gruppi, luogo di residenza, ecc.

Concludi la sessione domandando ai discenti un loro feedback. Sono ora più consapevoli relativamente alla disinformazione? Qual è il l'aspetto più importante che portano a casa da questa sessione?

¹⁸ Alexandre Alaphilippe, Roman ... 'Face to Face Training for Educators: The Conceptual Background of Disinformation', EU DisinfoLab, 2020, Zalec.