

La Disinformazione

La disinformazione fin all'antichità ha rappresentato un elemento fondamentale nel panorama del pensiero politico strategico, sia nel mondo Occidentale che in quello Orientale.



Basta riflettere sui trattati di strategia militare dei filosofi-generalisti cinesi, come l'eminetissimo Sun Tzu secondo cui «tutta la guerra si basa sull'inganno». Questa filosofia sottolineava l'importanza di confondere la mente del comandante nemico e demoralizzare le truppe.



Strategy without tactics is the slowest route to victory.
Tactics without strategy is the noise before defeat

Sun Tzu

COS'E' LA DISINFORMAZIONE ?



Possiamo definire la disinformazione come una manipolazione intenzionale di dati e notizie al fine di plasmare le percezioni di un obiettivo e influenzarne le decisioni, spingendolo ad agire inconformità ai desideri del manipolatore.

Un'operazione di disinformazione implica la creazione di una realtà alternativa che si intende far credere all'obiettivo.

La disinformazione è sempre stata un'arma utilizzata da Stati e da attori non-statali



LA DISINFORMAZIONE:

E' una operazione disinformativa che mira a creare una «realtà alternativa», la quale si vuole fare percepire all'obiettivo. Inoltre ha l'intenzione di infondere confusione e incertezza, provocando una paralisi decisionale sul target.

INFLUENZA SULLE PERCEZIONI

- DISINFORMAZIONE
- DECEPTION (INGANNO)
- CONTROINFORMAZIONE
- PERCEPTION MANAGEMENT
- PROPAGANDA
- MANIPOLAZIONE
- OPERAZIONI PSICOLOGICHE
- COGNITIVE WARFARE

La disinformazione nell'epoca moderna può essere fatta risalire ai primi anni del XX secolo e si è sviluppata attraverso quattro ondate, a distanza di una generazione l'una dall'altra

Prima Ondata

di disinformazione si manifestò a cavallo dei due conflitti mondiali,

Seconda Ondata

dopo la seconda Guerra mondiale, la disinformazione divenne una professione, con le agenzie di intelligence americane che si distinsero per la loro spregiudicatezza e aggressività. La CIA iniziò a chiamare la sua combinazione di rivelazioni sotto copertura, falsità e sovversione dell'avversario *political warfare*.

Terza ondata

giunse alla fine degli anni '60, quando la disinformazione divenne una raffinata scienza operativa, gestita con abilità da una macchina burocratica ben oliata.

Quarta ondata

La quarta ondata di disinformazione si è sviluppata gradualmente, raggiungendo il suo apice intorno al 2010, quando le nuove tecnologie e la cultura di internet hanno rianimato la disinformazione, conferendole una nuova forma

FAKE NEWS e Populismo

Anche a causa del fenomeno populista, che ha avuto un forte impatto in Occidente, e al fenomeno Trump, leader populistici europei stanno utilizzando sempre stanno ricorrendo sempre di più all'utilizzo regolare delle FAKE NEWS come strumento di manipolazione.

Anche se non sempre può essere fatto rientrare nella definizione di disinformazione.



Nell'era digitale vi sono strumenti molto più potenti rispetto al passato di manipolazione delle percezioni tramite la disinformazione.

E' aumentato l'interesse ad utilizzare la disinformazione nei confronti delle Istituzioni, aziende, l'opinione pubblica, le famiglie e gli individui.

Attori statali e non-statali conducono campagne di disinformazione tese a condizionare il sistema-paese sfruttando tali vulnerabilità.



MISINFORMATION E MALA INFORMAZIONE

È importante distinguere la disinformazione da altri concetti affini, come la cosiddetta "*misinformation*" e la "mala informazione".



Misinformation: informazione scorretta, sbagliata, o confusa che non è intenzionale e non persegue un vantaggio.

Disinformazione: falsificazione intenzionale dell'informazione per manipolare le percezioni di un bersaglio

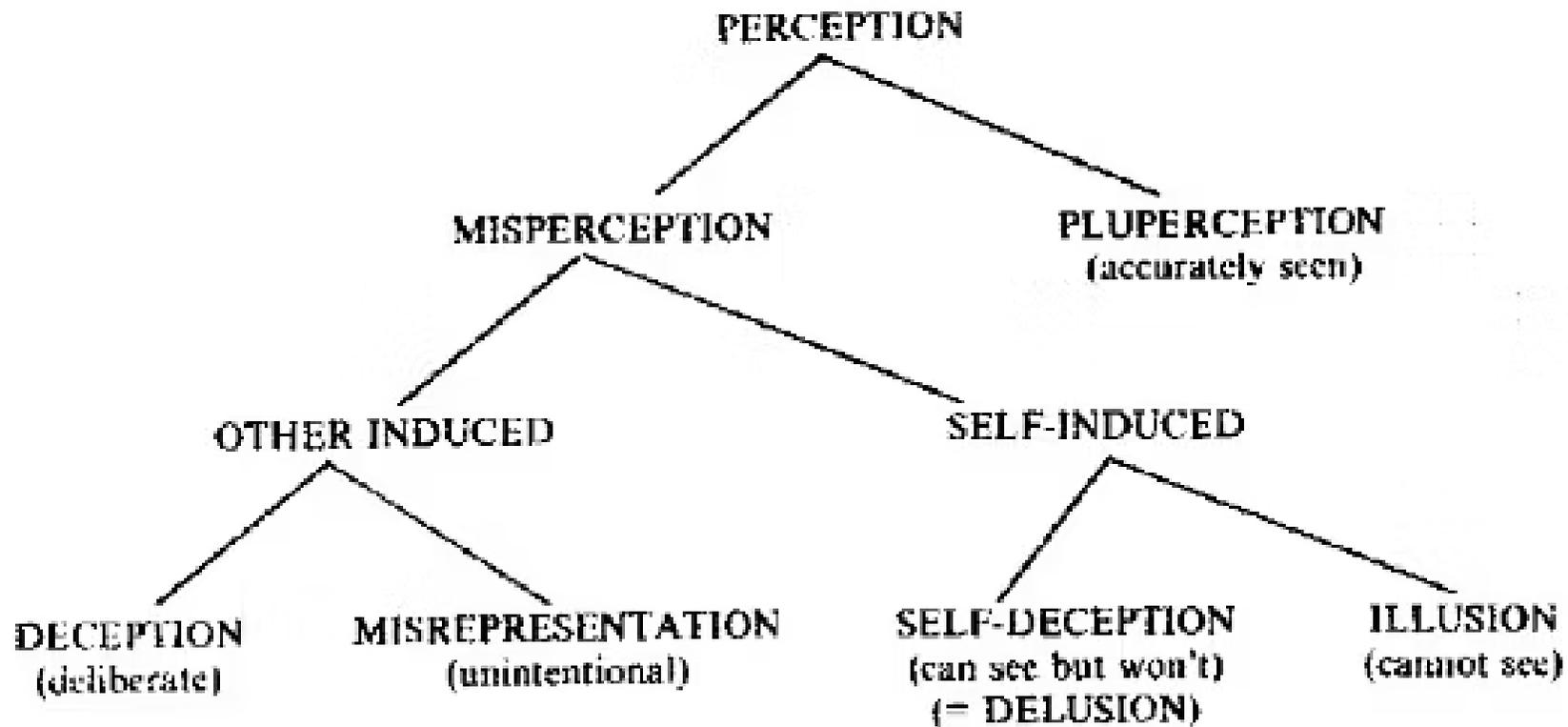
Due tipi di disinformazione:

La “fabbricazione di falsità”: la creazione di informazioni false.

La “manipolazione informativa”: l’uso di notizie vere ma con alterazioni e omissioni, o la presentazione di informazioni fuori contesto al fine di indurre il bersaglio a trarre implicazioni fuorvianti.



A TYPOLOGY OF PERCEPTION



"Miss Perception,"

che corrisponde a una percezione errata o distorta.

La "*misperception*" cioè una percezione sbagliata che può derivare da autoinganno, dove l'individuo non riesce a percepire correttamente la realtà a causa di modelli mentali errati o preconcetti



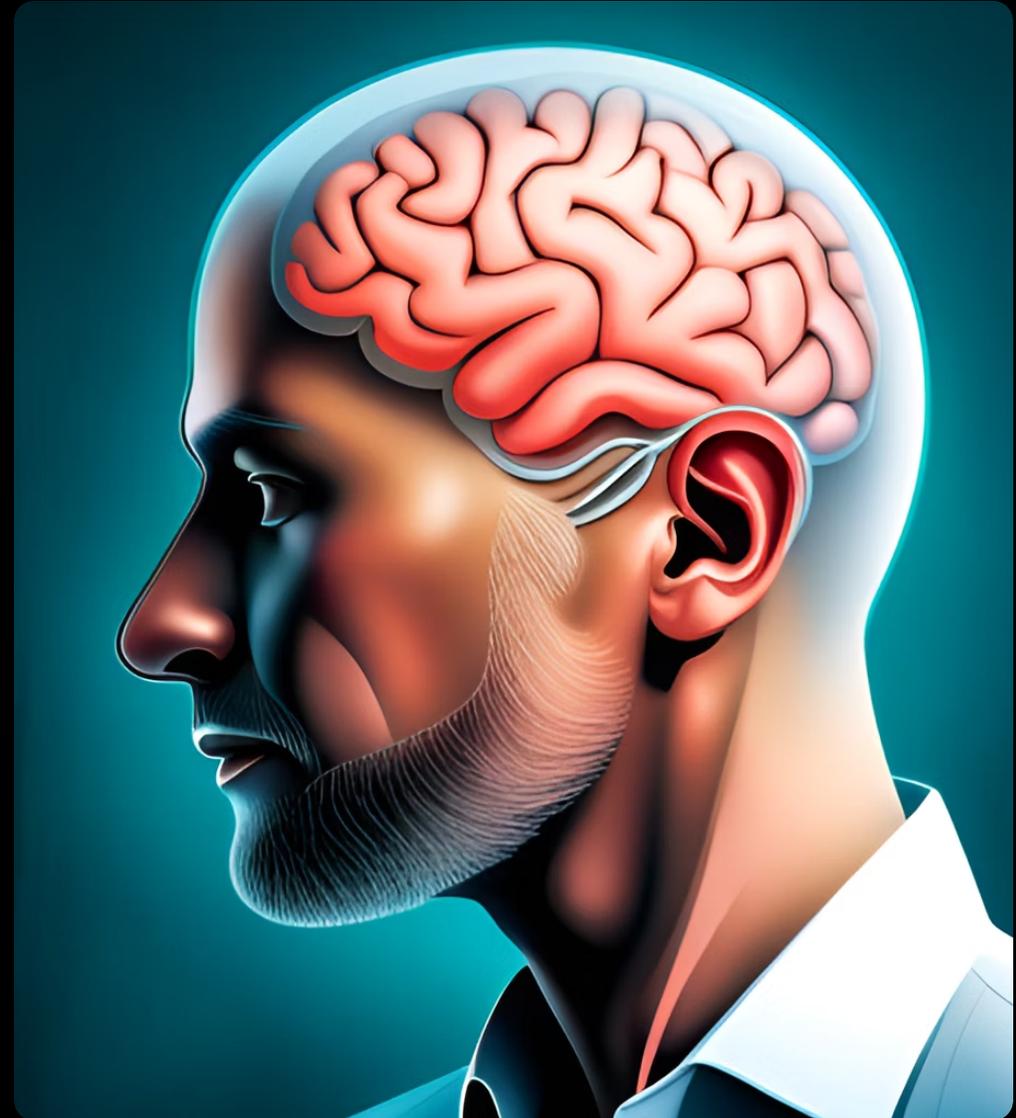
La Deception

Il concetto di "*deception*" è talvolta utilizzato come sinonimo di "disinformazione". Tra questi due concetti esiste una differenza notevole. Ne lcontesto anglosassone, "*deception*" viene comunemente associato alla disinformazione in ambito militare, diplomatico e dell'intelligence, pur rientrando sempre nell'ambito della disinformazione.



DISSONANZA COGNITIVA:

**LA TENDENZA UMANA AD IGNOARE O
REINTERPRETARE LE INFORMAZIONI CHE
MINACCIANO LE PROPRIE CONVINZIONI
CONSOLIDATE**





Per ridurre la dissonanza cognitiva, le persone tendono a intraprendere una delle seguenti azioni:

Cambiare il comportamento:

La persona potrebbe smettere di fumare per allineare il suo comportamento con la sua conoscenza delle conseguenze negative per la salute del fumo.

Cambiare le credenze:

In alternativa, la persona potrebbe cercare di razionalizzare il suo comportamento cambiando le sue credenze. Potrebbe cercare di minimizzare i rischi per la salute del fumo o convincersi che non fumare sia così importante.

Trovare nuove informazioni:

La persona potrebbe cercare informazioni o opinioni che giustifichino o supportino il suo comportamento, cercando di ridurre la tensione tra le sue credenze esistenti e il suo comportamento.

PROPAGANDA E DISINFORMAZIONE-

La propaganda è qualsiasi azione comunicativa condotta tramite i media tradizionali o i social media, i film, la musica, i libri, gli spettacoli, la riscrittura della storia, le parate, finalizzato a influire sulle opinioni, gli atteggiamenti, le emozioni, e i comportamenti di uno o più settori della società per trarne un beneficio.

Una campagna propagandistica può avvalersi della disinformazione oppure può diffondere esclusivamente informazioni vere, ma selezionate, interpretate e presentate in maniera tale da favorire determinati interessi.



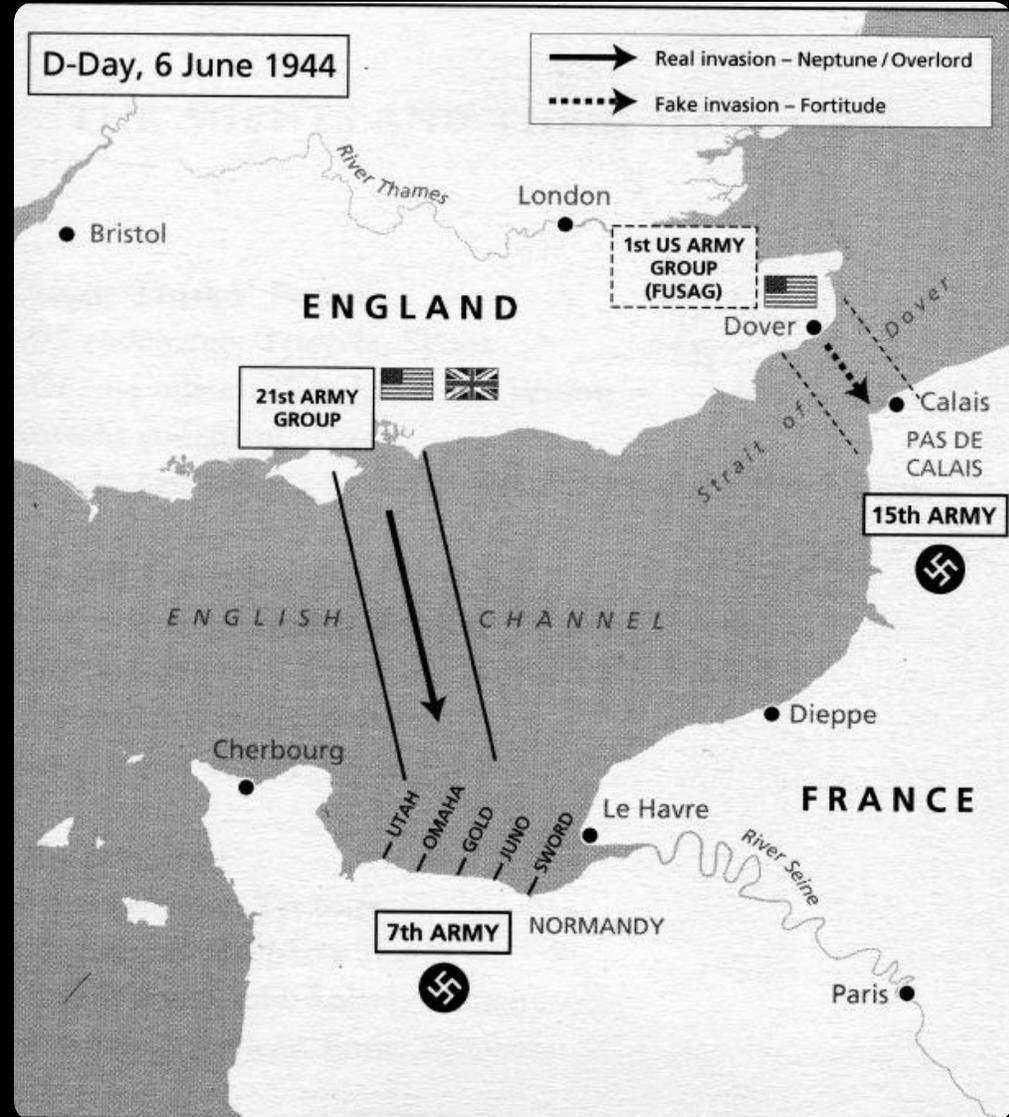


COME ALLESTIRE UN PIANO DI DISINFORMAZIONE

- 1) Definizione del bersaglio dell'operazione (l'opinione pubblica, un settore preciso di quest'ultima, i decisori politici, una agenzia di intelligence).**
- 2) La reazione del bersaglio che si vuole provocare.**
- 3) La percezione distorta che si vuole creare nel bersaglio.**
- 4) La predisposizione di messaggi (orali, scritti, visuali) contenenti false informazioni atti a far percepire la falsa realtà al bersaglio.**
- 5) La scelta dei canali e strumenti di comunicazione, palesi o occulti, da utilizzare per diffondere tali messaggi e segnali al bersaglio (mediatradizionali e/o social media, organizzazioni non-governative, think tank, canali diplomatici, agenti di influenza, servizi d'intelligence).**
- 6) La valutazione, in corso d'opera, dei risultati della campagna al fine di introdurre eventuali correttivi o modifiche nell'operazione.**

Operazione Fortitude

Un altro esempio notevole è rappresentatodall'operazione "Fortitude", ampiamente studiata nel campo delladisinformazione. Questa operazione fu condotta dagli alleati prima e durante losbarco in Normandia durante la Seconda Guerra Mondiale e contribuì in modo significativoalla vittoria degli alleati.



Il concetto di Soft Power

Il "soft power" è un concetto introdotto dall'accademico, professore di Harvard e consigliere per la Difesa dell'amministrazione Clinton Joseph S. Nye Jr. Esso è un termine che viene utilizzato per descrivere l'influenza di un paese, un'organizzazione o una persona sulla politica mondiale, la cultura e gli atteggiamenti, altriattraverso mezzi non coercitivi e non militari.

