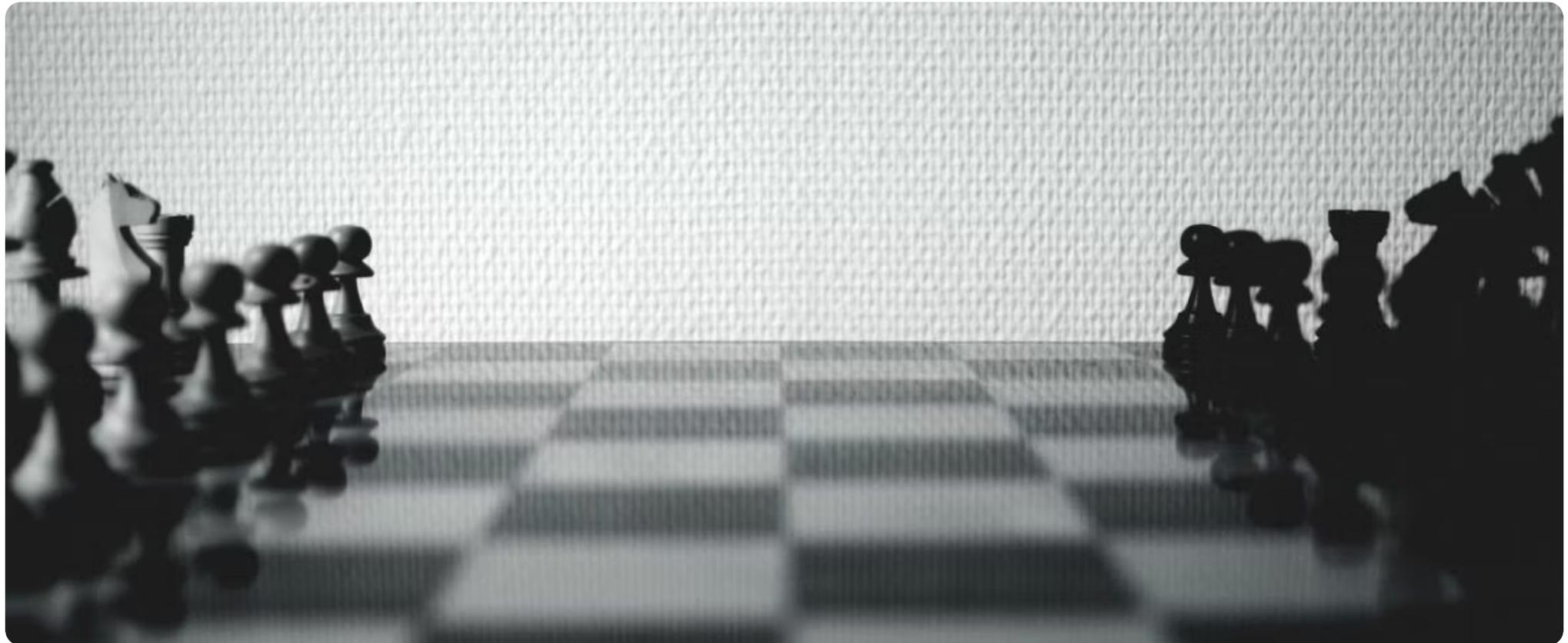


Disinformazione e Guerra Cognitiva (I)

Corso di “Storia del Gionalismo e dei Media digitali”

UNIMC - Dipartimento di Scienze Politiche, Comunicazione e Relazioni Internazionali

Docente: Prof. Maurizio Petrocchi-PhD



Tutti i conflitti fra le persone, fra le popolazioni, fra le tribù, tra le nazioni, tra gli stati, si sono sempre basati sull'informazione.

Le prime tribù si formarono quando le persone cercarono informazioni sui vicini per difendersi o espandersi. Era importante conoscere le intenzioni dei vicini e capire se erano una minaccia o un'opportunità.

Nella Bibbia ci sono esempi di informazione prima dei conflitti, incluso l'uso di travestimenti di militari come mercanti per la raccolta delle informazioni.

Aggiungere legna al Fuoco

Lo stratagemma di Sun Tzu per soffocare le notizie scomode: aggiungere legna invece di rimuoverla.

Se hai una notizia scomoda, di solito non viene tolta, ma vanno aggiunte altre informazioni per contestualizzarla o attenuarne l'impatto. Dipende dal contesto e dallo scopo della comunicazione della notizia stessa.

Aggiungo informazioni che creano caos, confusione e incertezza.



L'informazione è fondamentale sia per difendersi che per attaccare.

È interessante notare che la Russia ha mosso sempre le sue truppe sia per difendersi che per attaccare o in estate o in inverno.

In estate il terreno è secco e i mezzi si possono muovere, d'inverno il terreno è gelato e i mezzi si possono muovere, in primavera ed in autunno il terreno è melmoso e umido e mezzi si impantanano.

Errore commesso dagli strateghi russi nell'attuale conflitto russo-ucraino.



La Guerra Cognitiva

Per comprendere meglio il concetto di “Guerra Cognitiva” possiamo utilizzare la metafora di Clausewitz: la guerra cognitiva può essere vista come un'estensione della guerra ibrida, che a sua volta è una continuazione della guerra militare attraverso diversi strumenti e strategie. Questo significa che la politica può generare conflitti militari, che a loro volta possono sfociare in guerre ibride, coinvolgendo aspetti politici, economici e cibernetici.

Cosa fa la Guerra Cognitiva?

- Crea nella mente delle persone qualcosa che non c'è, crea un'idea dal nulla, crea un'idea attraverso due meccanismi: uno è quello della suggestione, tra l'altro è quello della persuasione



Suggestione e Persuasione:

La suggestione, in termini tecnici, consiste nell'esporre un'informazione senza fornire motivazioni o motivazioni. È un approccio che si basa sull'impressione emotiva, attirando l'attenzione dell'interlocutore attraverso l'uso del piacere o della paura.

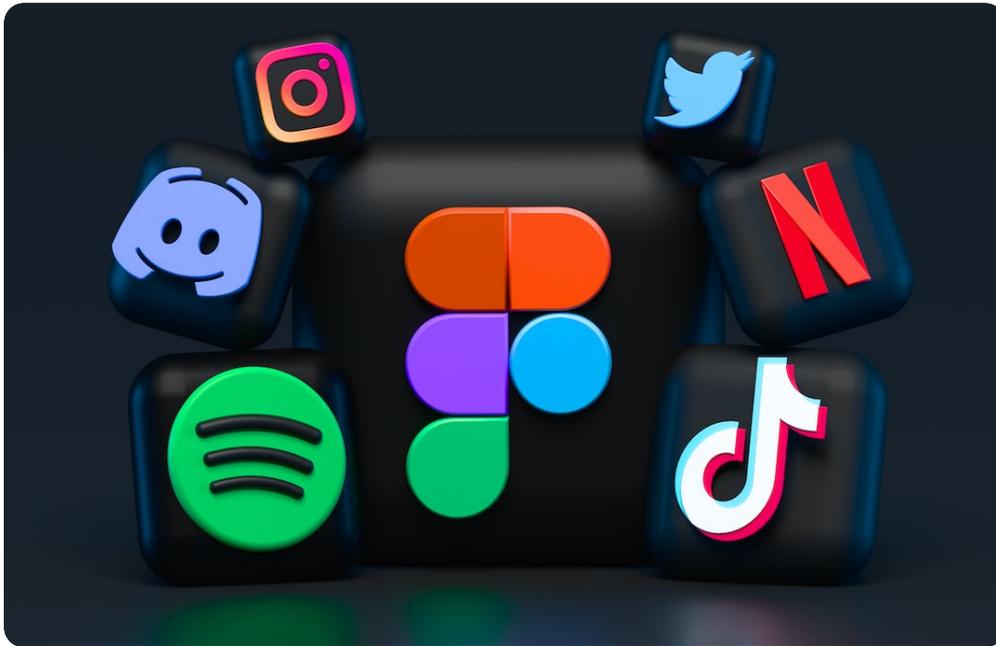
La persuasione implica la comunicazione di informazioni accompagnate da motivazioni e spiegazioni dettagliate. In questo caso, l'obiettivo è informare in modo completo e chiaro, fornendo una giustificazione logica alle affermazioni fatte.

La guerra cognitiva si basa molto sulle suggestioni, anche se usa i modi della persuasione, fornendo informazioni e spiegazioni citando fonti magari false.

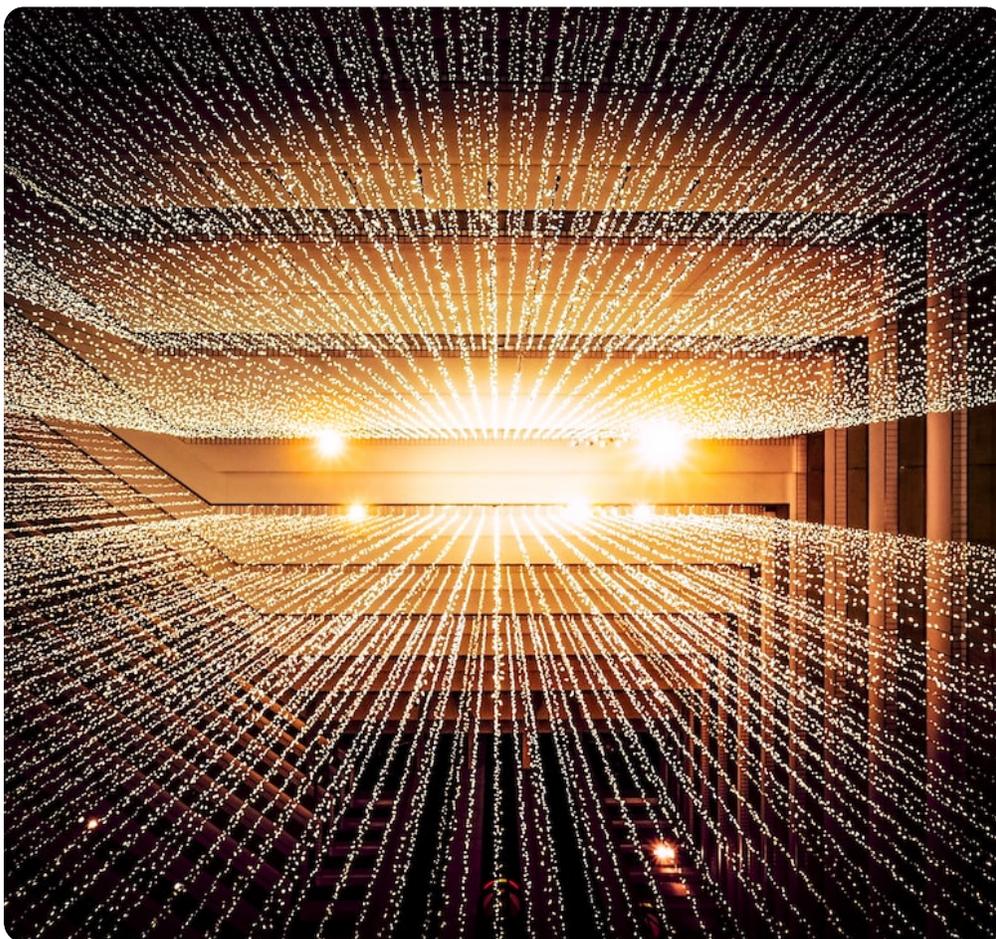
Nella mente quando vengono fornite informazioni con spiegazioni, con prove, con testimoni, con fronti, la mente interpreta quell'informazione automaticamente come vera.

Nel contesto della guerra cognitiva del XXI secolo, emerge chiaramente che la mente umana è diventata l'arena privilegiata per le lotte di potere. Le guerre di questo secolo non mirano più a uccidere fisicamente, ma piuttosto a plasmare e manipolare le idee delle persone, sostituendo le loro convinzioni con quelle imposte dal potere politico. Questa evoluzione è resa possibile, in gran parte, grazie alla rivoluzione nella comunicazione portata dai social media, un elemento assente nel passato.

I LIMITI COGNITIVI DELLA MENTE



Oggi, grazie ai social media, i messaggi raggiungono un vasto pubblico e siamo bombardati da informazioni da tutto il mondo. Tuttavia, i limiti cognitivi ci impediscono di elaborarle tutte in profondità, costringendoci a selezionare ciò che leggiamo e comprendiamo.



Nel mondo frenetico delle notizie digitali, la brevità è la chiave. Dai siti web dei media alle testate giornalistiche online, l'informazione è confezionata per essere consumata rapidamente, rispettando il prezioso tempo degli utenti. Le notizie sono scritte in modo conciso, raramente superando le 20-25 righe e richiedendo al massimo un minuto, forse un minuto e mezzo, per essere lette. Oltre questa soglia, la maggior parte degli utenti sembra perdere interesse e non prosegue nella lettura.



L'informazione diventa estremamente semplificata, forse anche banalizzata, legata ad un titolo accattivante sicuramente di tipo emotivo che vi induce immediatamente al “click”.



Il nostro cervello opera su modalità sviluppata circa 300.000 anni fa.

Le strategie evolutive ci hanno spinto a seguire l'azione degli altri membri della nostra società.

Le Euristiche Evolutive

Le euristiche evolutive sviluppate 300.000 anni fa ci forniscono oggi delle scorciatoie cognitive. Quando ci troviamo sommersi da un'abbondanza di informazioni, non ci prendiamo il tempo per un'analisi critica, ma rispondiamo in modo automatico e immediato. Queste risposte bypassano il nostro processo di pensiero critico e spesso portano a una convergenza di opinioni, poiché, se non diamo tempo alla riflessione, tendiamo a dare risposte simili. In contrasto, se ci viene concesso del tempo per pensare, ciascuno di noi potrebbe fornire una risposta diversa.

SCHEMA COGNITIVO:

PERCEZIONE

PENSIERO – IDEA – OPINIONE

OPINIONE- EMOZIONE

EMOZIONE-COMPORTAMENTO

Se non posso modificare la percezione, modifico l'idea, ristruttururo l'idea di quello stimolo, se non posso ristrutturare l'dea modifico l'emozione rispetto a quella idea, modificando o l'idea o l'emozione modifico il comportamento.