

**Università degli Studi di Macerata**  
**Dipartimento di SPOCRI**

**“SOCIAL MEDIA E TECNOLOGIA DELLA MANIPOLAZIONE”**



*Docente: Prof. Maurizio Petrocchi –Ph.D*

6 November, 2023

Corso in:

***Storia del giornalismo e dei  
media digitali***

# AGENDA

- 1. Social Media come tecnologie di manipolazione**
- 2. La propaganda attraverso l'uso dei social media**
- 3. I Meme, creazione, uso e contrasto**
- 4. Il “Newsjacking”**

# Social Media come tecnologie di manipolazione

Un Report del CENSIS del 2013 oggi superato trattava *della comunicazione sui media*, dove si diceva che era è l'utente a spostarsi autonomamente nella rete per costruire i propri palinsesti scegliendo i tempi e i modi più consoni,

Si diceva anche che era stata superata la dimensione gerarchica e che c'era questo processo di autoassemblaggio delle fonti dove si era passati da una dimensione gerarchica verticale ad una più orizzontale.

Questo era vero in parte, ma sono sopraggiunti alcuni cambiamenti, gli utenti vedono i contenuti in modo personalizzato. Ognuno di noi aprendo il suo Facebook vede dei contenuti diversi rispetto ad un'altra persona.

**Oggi la modalità per scoprire o venire a conoscenza delle informazioni è sempre maggiormente legata alle proprie connessioni sociali, un tempo noi nel web, prima dei social media, scoprivamo informazioni tramite i motori di ricerca, Google, Altavista o Yahoo, dove venivano trovate le informazioni.**

**E' l'utente a spostarsi autonomamente** all'interno dell'ampio e variegato sistema di strumenti mediatici disponibili per **costruire i propri palinsesti** personali e autogestiti, fatti su misura, rintracciando i contenuti di proprio interesse **secondo i tempi e i modi a lui più consoni**, secondo le sue preferenze e i suoi bisogni, facendo individualmente arbitraggio tra vecchi e nuovi media, per arrivare a comporre in modo assortito una nicchia di consumi mediatici a misuradi se stesso.

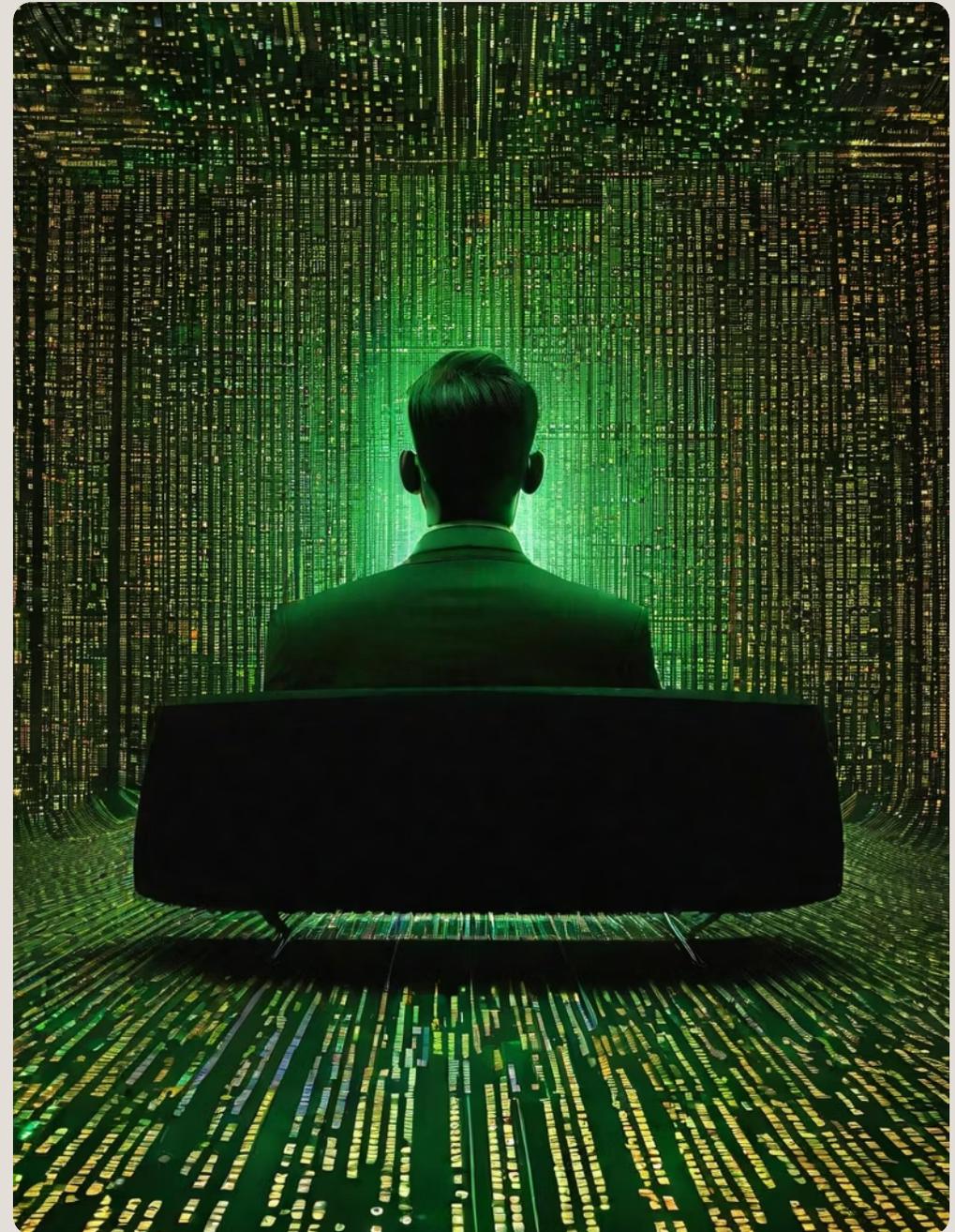
Risulta **superata la dimensione gerarchica** che attribuiva alle fonti tradizionali il ruolo insostituibile ed esclusivo di emittenti dei messaggi professionali e autorevoli dell'informazione mainstream, sostituita dalla prassi dell'**autoassemblaggio delle fonti** nell'ambiente web e da flussi continui e indistinti di informazioni propagate in una dimensione **orizzontale**

**Oggi scopriamo le informazioni attraverso le nostre connessioni.**

**Il cambiamento è stato introdotto dall' algoritmo rispetto ai primi tempi del web.**



- L'algoritmo filtra i dati, identifica i pattern e mostra contenuti o raccomanda le da fare azioni.
- Determina cosa vedere nei feed delle notizie e sui social.
- Quali prodotti mettere in evidenza.
- L'algoritmo crea un mondo più comodo liberandoci dal dover ricercare e dal dover valutare un'enorme quantità di alternative.
- Ci aiutano comunque a fare scelte corrispondenti alle nostre preferenze e ci fanno risparmiare tempo



**L'algoritmo è progettato anche per aumentare l'uso delle piattaforme e, in un certo senso, creare dipendenza, il che apre le porte alla manipolazione.**

**Non gestiamo più il quadro completo ma ci confrontiamo con una realtà assistita.**

**Lo scopo principale delle nuove tecnologie non è semplicemente aumentare l'engagement ma è mantenere l'attenzione degli utenti per la monetizzazione e la massimizzazione dei profitti pubblicitari.**



# Filter Bubble

Un altro argomento legato alla chiusura delle persone è quello delle *Filter Bubble* concetto molto vicino a quello delle Echo Chambers.





## ***Due concetti chiave quando parliamo di Social Media:***

- ***L'Influencer***

Individui (bloggers, autori di tweet, ecc.) e siti che si sono guadagnati una forte reputazione nel contesto in cui operano e sono capaci di diventare opinion leaders e influenzare altri con i propri articoli/recensioni/commenti/foto/video .

- ***La Viralità***

Un elemento capace di indurre altri a replicarlo, in modo tale da produrre un enorme numero di copie e diffondersi estesamente velocemente



## **Per la viralità sono indispensabili due concetti:**

**1. Reach**

**2. Affinità.**

**La Reach, è il numero di persone che io raggiungo.**

**L’Affinità, se faccio un contenuto che non ha che fare con quello per cui io sono noto, quello cadrà nel vuoto. Ecco che allora serve anche una certa affinità di temi e di persone.**



**QUANDO UN GOVERNO NON FA  
CIO' CHE VUOLE IL POPOLO  
VA CACCIATO VIA ANCHE  
CON MAZZE E PIETRE.**

**SANDRO PERTINI  
IL PRESIDENTE**



QUANDO UN GOVERNO NON FA  
CIO' CHE VUOLE IL POPOLO  
VA GACCIATO VIA ANCHE  
CON MAZZE E PIETRE.

**NOTIZIA FALSA**

SANDRO PERTINI  
IL PRESIDENTE



**EWS**

**TG24**

**G SKY 24**

Da le news

Posted on 23 dicembre 2018

## Salerno- Reggio Calabria: crollato un ponte il giorno dopo l'inaugurazione



Cerca...

ARTICOLI RECENTI

Salerno- Reggio Calabria: crollato un ponte il giorno dopo l'inaugurazione

Muti tasse in arrivo, 90 euro in più per chi possiede auto stranieri

Agente Renzi "Mistero" performanti ma al referendum voterò NO

COMMENTI RECENTI



Texas Lone Star @SouthLoneStar · 22 mar

Muslim woman pays no mind to the terror attack, casually walks by a dying man while checking phone  
#PrayForLondon #Westminster #BanIslam

🌐 Traduci dalla lingua originale: inglese





Milo Yiannopoulos ha aggiunto una nuova foto.

16 h · 🌐

**SOME ARE MORE  
CONCERNED THAN OTHERS**

MIL



[www.davidpuente.it](http://www.davidpuente.it)

**PROPAGANDA**

 Alessandro Meluzzi Retweeted



**Roger Halsted** @RogerHalsted · 3h

#IusSoli? Ma non scherziamo nemmeno...

#Attentato a #Londra, giovane musulmana passeggia tranquilla davanti a un uomo in fin di vita.

 Translate from Italian



 6

 41

 29



# I MEME

Febbraio 2022 Elon Musk scrive  
“ *chi controlla i Meme controlla l’universo* ”.

Ma chi espresse per primo questo concetto fu Marc Andreessen (un miliardario americano che creò NetEscapeil), egli parlava del fatto che c’è una battaglia culturale, una battaglia di idee, dove alcuni dei contenuti muiono altri prosperano e sono i Meme . Fanno pensare e codificano i significati profondi.



The image shows a screenshot of a Twitter thread. At the top, a tweet from Marc Andreessen (@pmarca) dated February 3rd contains the text: '~All cultural formation in our time is now the development and propagation of memes that battle their way through a supply chain in cyberspace. Most die; some thrive. The memes that make it through encode deep meanings. This is as serious a process as has ever existed.' Below this tweet are engagement icons for replies (883), retweets (1,427), and likes (9,471). A reply from Elon Musk (@elonmusk) follows, stating 'In risposta a @pmarca' and 'Who controls the memes, Controls the universe.' Below the reply is a 'Traduci il Tweet' link and the timestamp '6:19 AM · 3 feb 2022 · Twitter for iPhone'. At the bottom of the screenshot, summary statistics are shown: 6,017 Retweet, 1,032 Tweet di citazione, and 37,562 Mi piace.

**Marc Andreessen** @pmarca · 3 feb  
~All cultural formation in our time is now the development and propagation of memes that battle their way through a supply chain in cyberspace.  
Most die; some thrive.  
The memes that make it through encode deep meanings.  
This is as serious a process as has ever existed.  
883 replies · 1.427 retweets · 9.471 likes

**Elon Musk** @elonmusk  
In risposta a @pmarca  
**Who controls the memes,  
Controls the universe.**  
[Traduci il Tweet](#)  
6:19 AM · 3 feb 2022 · Twitter for iPhone

6.017 Retweet · 1.032 Tweet di citazione · 37.562 Mi piace

# I MEME

cosa sono:

- Non sono una cosa recente, vengono citati per la prima volta in un libro del 1976 di Richard Dawkins “*The Selfish Gene*”, e furono definiti “una unità di cultura”.
- Un Meme è un'informazione che si propaga, ha un impatto, colpisce determinate persone, determinati temi e persiste.
- I meme vengono copiati dagli host, dalle persone, su altri host, possono cambiare quando vengono copiati e lottano per la sopravvivenza.
- Hanno un tasso di mutazione estremamente alto
- Sono soggetti ad una sorta di evoluzione darwiniana

I Meme possono essere utilizzati per comunicare ideologie estremiste, razziste, antisemite in modo giocoso, esiste una differenza di approccio rispetto anche ai gruppi estremisti del passato e i gruppi estremisti più moderni.

Un gruppo estremista del passato tendeva ad essere connotato da strutture rigide e fanatismo, qui vediamo invece un approccio che è indiretto, è diversificato, fa leva sull'umorismo, fa leva su una malizia quasi infantile, c'è un'ambivalenza comunicativa, c'è un nichilismo di fondo.



I Meme hanno una strategia che mira ad un assorbimento lento e costante di contenuti che vanno in qualche modo anche ad inquinare i rapporti tra le persone e a rafforzare il meccanismo della polarizzazione sociale.

**I Meme agiscono su:**

- Emozioni delle persone;
- Sulla comprensione degli eventi, perché spesso sono immediati,
- Succede un avvenimento e arriva il Meme a cavalcarlo e da una chiave di lettura di un certo tipo
- Cercano di guidarne la comprensione
- Riescono a creare, ad indentificare il gruppo che lo crea, che lo condivide.
- Ci sono dei Meme molto più semplici, con una chiave di lettura infantile, ma ci sono anche dei Meme che hanno una chiave di lettura molto più complessa, e questi sono costruiti proprio per rafforzare l'identità dei gruppi.
- Il Meme sfrutta naturalmente i meccanismi dei social, sfrutta il meccanismo della viralizzazione, della rapidità e il meccanismo dei rilanci da parte degli utenti.

# La Diffusione dei Meme

## **Gruppi chiusi**

**Social Network di nicchia e Forum:**

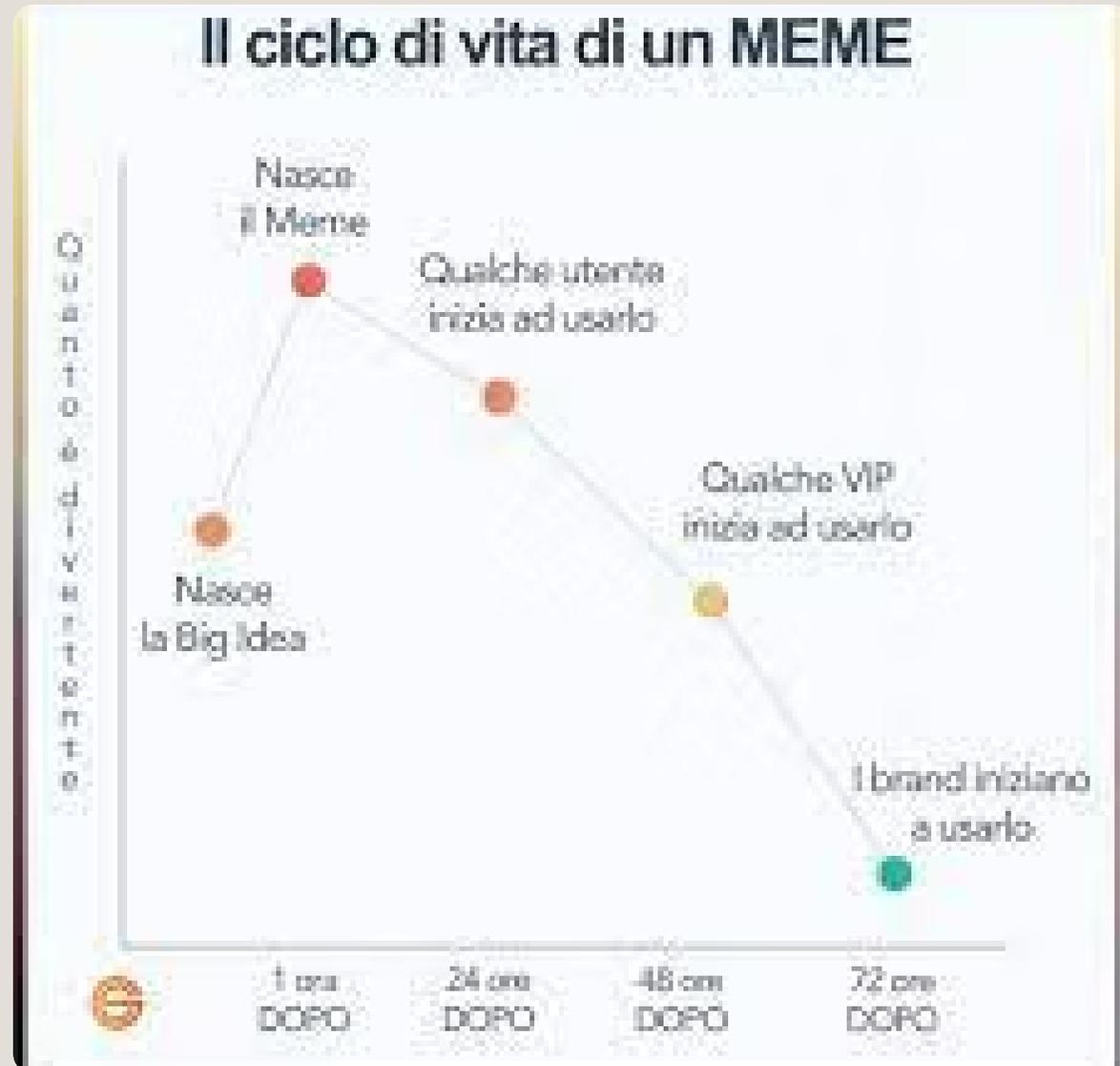
**4Chan, GAB, 8KUN;**

**TELEGRAMM**

**SOCIAL MAINSTREAM**

**Nel WEB un contenuto che funziona bene, ha successo, si diffonde viralmente è spesso anche divertente e partecipativo. Per questo i Meme sono molto efficaci**

- Si parte da una sorgente di informazione, il contenuto, il messaggio viene trasmesso, ci possono essere una serie di interferenze, poi viene ricevuto, arriva a destinazione.
- Il Meme raggiunge un nuovo potenziale host, viene ricevuto e decodificato, e viene anche bonificato.



## Durata di un post sui social



5 ore



21 ore



18 minuti



24 ore



## Alcune semplici accortezze:

1. Non avere fretta,
2. Guardare con sospetto le notizie troppo in linea con le proprie opinioni, *í confirmation bias* sono sempre in agguato;
3. Attenzione non solo ai Meme ma anche alle parodie dei Meme, sono ugualmente molto difficili da maneggiare;
4. Non bisogna fare affidamento sulla moderazione delle piattaforme social, sono inaffidabili.

# *The Newsjacking*

## *Il momento di inserirsi nella notizia*

E' un meccanismo usato da personaggi famosi, ad esempio quando c'è un avvenimento molto forte, viene fuori il personaggio famoso che cerca di dire io sono solidale, etc.., è un modo per dirottare la notizia e dirottarla su se stessi.

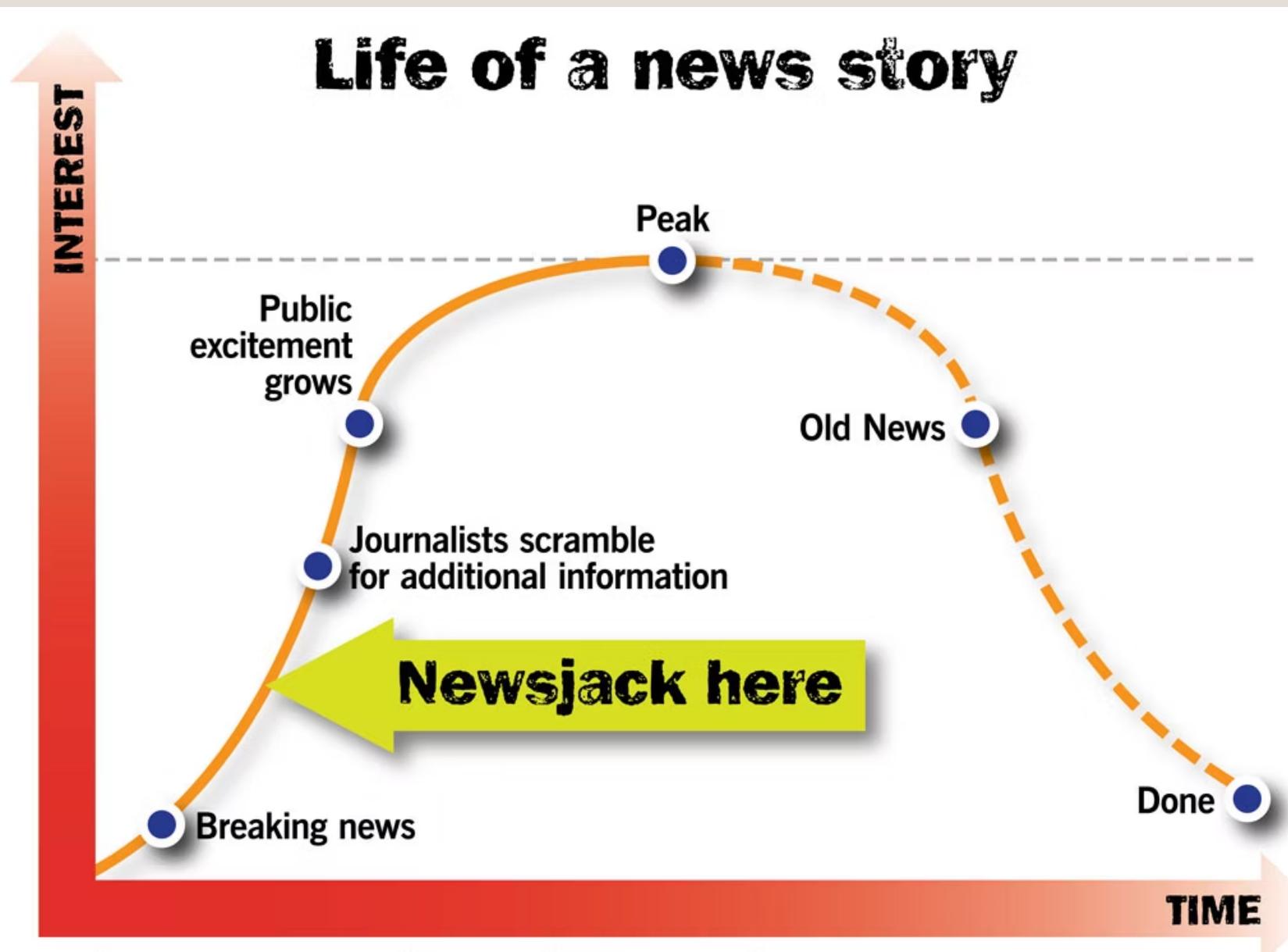
È un modo che le aziende utilizzano per sfruttare l'autorità, le notizie immediate, le c.d. Istant News, e promuovere, pubblicizzare il proprio prodotto. È una tecnica abbastanza delicata da controllare perché porta una serie di vantaggi, e porta anche una serie di rischi molto forti.



## Dirottare la notizia

Bisogna capire quando uno specifico argomento inizierà a fare tendenza fra le notizie.

Fare newsjack al momento giusto significa esprimere un'opinione al momento giusto.



## **Vantaggi:**

- Aumento dell'awareness
- Aumento dell'engagement
- Potenziale virale
- Mostrarsi «sul pezzo»

## **Svantaggi e rischi:**

- Bassa durata , effetto boomerang
- Scarsa rilevanza della connessione
- Cavalcare notizie che possono prendere una piega diversa