

“TATTICHE DI DISINFORMAZIONE”

Università degli Studi di Macerata

Dipartimento di SPOCRI

*Storia del giornalismo e dei media
digitali*

Docente: Prof. Maurizio Petrocchi –Ph.D

lezione del 24.10.2023



Cosa sono le tattiche di disinformazione?

Gli attori della disinformazione utilizzano una varietà di tattiche e tecniche per eseguire operazioni informative e diffondere narrazioni di disinformazione che mettono a rischio le infrastrutture critiche.

Ognuna di queste tattiche è progettata per rendere più credibili i messaggi degli attori della disinformazione o per manipolare il loro pubblico in vista di un fine specifico.

- Spesso cercano di polarizzare il pubblico di riferimento attraverso divisioni politiche o sociali controverse, rendendolo più ricettivo alla disinformazione.

- **Tipi di false informazioni:**

- *Disinformation* : è stato creato deliberatamente per fuorviare, danneggiare, o manipolare una persona, un gruppo sociale, organizzazione o paese
- *Misinformation*: è falso, ma non creato o condiviso con l'intenzione di arrecare danno.
- *Malinformation* si basa sui fatti, ma viene utilizzato fuori contesto per fuorviare, danneggiare o manipolare

CHI FA DISINFORMAZIONE ?



I cattivi attori diffondono la disinformazione per minare le istituzioni democratiche e il potere dei fatti.

Le informazioni false o fuorvianti possono suscitare una forte reazione emotiva che porta le persone a condividerle senza aver prima verificato i fatti, inquinando le conversazioni sane sui problemi e aumentando le divisioni sociali.



Tattiche di disinformazione 1/4

Coltivare personaggi e siti web falsi o fuorvianti:

Gli attori della disinformazione creano reti di personaggi e siti web falsi per aumentare la credibilità del loro messaggio presso il pubblico di riferimento. Le reti di analisti, think tank o istituzioni accademiche) per conferire indebita credibilità ai loro contenuti di influenza e renderli più credibili.

Creare Deepfakes e media sintetici:

I contenuti multimediali sintetici possono includere foto, video e clip audio che sono stati manipolati digitalmente o interamente fabbricati per ingannare lo spettatore. Gli strumenti di intelligenza artificiale (AI) possono rendere i contenuti sintetici quasi indistinguibili dalla vita reale. I contenuti mediatici sintetici possono essere utilizzati come parte di campagne di disinformazione per promuovere informazioni false e manipolare il pubblico.

Tattiche di disinformazione 2/4

Ideare o amplificare le teorie del complotto:

Le teorie del complotto cercano di spiegare eventi importanti come complotti segreti di attori potenti. Le teorie del complotto non solo influiscono sulla comprensione di un particolare argomento, ma possono plasmare e influenzare l'intera visione del mondo.

Gli attori della disinformazione capitalizzano le teorie del complotto generando narrazioni di disinformazione che si allineano alla visione del mondo del complotto, aumentando la probabilità che la narrazione risuoni con il pubblico target.

Astroturfing e inondazione dell'ambiente informativo:

Le campagne di disinformazione spesso pubblicano quantità spropositate di contenuti con messaggi uguali o simili da diversi account non autentici. Questa pratica, nota come astroturfing, crea l'impressione di un ampio sostegno o di un'opposizione di base a un messaggio, nascondendone la vera origine. Una tattica simile, il flooding, consiste nello spammare i post e le sezioni dei commenti sui social-media con l'intento di dare forma a una narrazione o di soffocare i punti di vista opposti.

Tattiche di disinformazione 3/4

Abuso di piattaforme alternative:

Gli attori della disinformazione possono abusare di piattaforme alternative di social media per intensificare la fiducia in una narrazione di disinformazione tra gruppi specifici di utenti. Gli attori della disinformazione possono cercare di sfruttare piattaforme con minori tutele per gli utenti, politiche di moderazione dei contenuti meno rigorose e minori controlli per individuare e rimuovere contenuti e account non autentici rispetto ad altre piattaforme di social-media.

Sfruttare le lacune informative:

I vuoti di dati, o lacune informative, si verificano quando le informazioni credibili non sono sufficienti a soddisfare una ricerca. Gli attori della disinformazione possono sfruttare queste lacune generando i propri contenuti di influenza e seminando il termine di ricerca sui social media per incoraggiare le persone a cercarlo. Questo aumenta la probabilità che il pubblico si imbatta in contenuti di disinformazione senza che vi siano risultati di ricerca accurati o autorevoli per confutarli.

Tattiche di disinformazione 4/4

Manipolare attori insospettabili:

Gli attori della disinformazione prendono di mira individui e organizzazioni di spicco per contribuire ad amplificare le loro narrazioni. I bersagli spesso non sono consapevoli di ripetere la narrazione di un attore della disinformazione o che la narrazione è finalizzata alla manipolazione.

Diffusione di contenuti mirati:

Gli attori della disinformazione producono contenuti d'influenza su misura, in grado di risuonare con un pubblico specifico in base alla sua visione del mondo e ai suoi interessi. Questi attori guadagnano lo status di insider e si creano un seguito online che può rendere più efficaci i futuri sforzi di manipolazione. Questa tattica spesso adotta un approccio di "gioco lungo", diffondendo contenuti mirati nel tempo per costruire fiducia e credibilità con il pubblico di riferimento.

Coltivare personaggi e siti web falsi o fuorvianti

Gli attori della disinformazione creano reti di personaggi e siti web falsi per aumentare la credibilità del loro messaggio presso il pubblico di riferimento.

Tali reti possono includere falsi "esperti" accademici o professionali, giornalisti, think tanke/o istituzioni accademiche.

Gli attori della disinformazione aumentano inoltre la credibilità di questi falsi personaggi generando articoli o documenti di ricerca falsificati e condividendoli online.

In alcuni casi, questi materiali vengono inconsapevolmente condivisi anche da organizzazioni e utenti legittimi.

La creazione o l'amplificazione di contenuti da parte di questi personaggi falsi rende difficile per il pubblico distinguere gli esperti veri da quelli falsi.



Creare Deepfakes e media sintetici

I contenuti multimediali sintetici possono includere foto, video e clip audio che sono stati manipolati digitalmente o interamente fabbricati per ingannare lo spettatore. I cheapfake sono una forma meno sofisticata di manipolazione che coinvolge clip audio o video reali che sono stati accelerati, rallentati o mostrati fuori contesto per trarre in inganno. I deepfake, invece, sono sviluppati addestrando algoritmi di intelligenza artificiale (AI) su contenuti di riferimento fino a produrre media quasi indistinguibili dalla vita reale.

La tecnologia deepfake consente di rappresentare in modo convincente qualcuno che fa qualcosa che non ha fatto o che dice qualcosa che non ha detto. Sebbene la tecnologia dei media sintetici non sia intrinsecamente dannosa, può essere utilizzata come parte di campagne di disinformazione per condividere informazioni false o manipolare il pubblico

Ideare o amplificare teorie di cospirazione

Le teorie del complotto cercano di spiegare eventi importanti come complotti segreti di attori potenti, esse hanno un impatto sulla comprensione di un particolare argomento, inoltre possono plasmare e influenzare l'intera visione del mondo. Le teorie del complotto spesso rappresentano un'attraente alternativa alla realtà, spiegando gli eventi incerti in modo semplice e apparentemente coeso, soprattutto nei momenti di maggiore incertezza e ansia.

Gli attori della disinformazione capitalizzano sulle teorie del complotto generando narrazioni di disinformazione che si allineano alla visione del mondo del complotto, aumentando la probabilità che la narrazione risuoni con il pubblico di riferimento.

Astroturfing e inondazione dell'ambiente informativo

Le campagne di disinformazione spesso pubblicano una quantità spropositata di contenuti con messaggi uguali o simili da diversi account non autentici, creati da programmi automatici noti come bot o da gruppi di disinformazione professionali noti come troll farm. Vedendo ripetere costantemente la stessa narrazione, il pubblico la vede come un messaggio popolare e diffuso ed è più propenso a crederci.

Una tattica simile, il flooding, consiste nello spammare i post dei social media e le sezioni dei commenti con l'intento di dare forma a una narrazione o di far passare in secondo piano le opinioni contrarie

Abuso di piattaforme alternative

Gli attori della disinformazione spesso cercano opportunità per le loro narrazioni di ottenere attenzione tra un pubblico più ristretto prima di tentare di diventare virali. Sebbene le piattaforme alternative di social media non siano intrinsecamente dannose, gli attori della disinformazione possono trarre vantaggio dalle politiche meno rigorose di quelle piattaforme per intensificare la fiducia in una narrazione di disinformazione tra gruppi specifici di utenti.

Queste politiche possono includere minori protezioni per gli utenti, politiche di moderazione dei contenuti meno rigorose e minori controlli per individuare e rimuovere contenuti e account non autentici rispetto ad altre piattaforme di socialmedia.



Sfruttare le lacune informative

I vuoti di dati, o lacune informative, si verificano quando non ci sono informazioni credibili sufficienti a soddisfare una ricerca, ad esempio quando un termine cade in disuso o quando un argomento o un evento emergente acquisisce per la prima volta importanza (ad esempio, una notizia dell'ultima ora). Quando un utente cerca il termine o la frase, gli unici risultati disponibili possono essere falsi, fuorvianti o poco credibili.

Mentre i motori di ricerca lavorano per mitigare questo problema, gli attori della disinformazione possono sfruttare questa lacuna generando i propri contenuti di influenza e disseminando il termine di ricerca sui social media per incoraggiare le persone a cercarlo.

Manipolare attori insospettabili

Nel 2016, l'Agenzia russa per la ricerca su Internet ha condotto una campagna per diffondere contenuti divisivi e ha reclutato segretamente persone statunitensi in tutto lo spettro politico per amplificare inconsapevolmente questi contenuti.

Sempre nel 2020, l'Agenzia russa per la ricerca su Internet ha condotto una campagna per reclutare segretamente giornalisti inconsapevoli affinché scrivessero come freelance per testate giornalistiche inventate.



Diffondere contenuti mirati

Gli attori della disinformazione sorvegliano una comunità online mirata per comprenderne la visione del mondo, gli interessi e i principali influencer e poi cercano di infiltrarsi pubblicando contenuti di influenza su misura che possano avere una certa risonanza tra i suoi membri.

Iniziando con post divertenti o non controversi, graditi alle comunità target, gli attori della disinformazione guadagnano lo status di "insider" e si creano un seguito online che può rendere più efficaci i futuri sforzi di manipolazione.

Questa tattica può essere utilizzata in combinazione con la coltivazione di falsi esperti, che diffondono contenuti mirati nel tempo, adottando un approccio "a lungo termine" che conferisce una falsa credibilità alla campagna