



La disinformazione:

La disinformazione è la diffusione intenzionale e sistematica di notizie false o fuorvianti con l'obiettivo di manipolare la percezione pubblica e influenzare il comportamento delle persone. Non si tratta solo di semplice falsità, ma di una strategia deliberata per distorcere la realtà a fini politici, sociali o economici.

Concetto di "era della post-verità":

Nell'epoca della post-verità, i fatti oggettivi hanno un'influenza minore sull'opinione pubblica rispetto agli appelli emotivi e alle convinzioni personali. Questo fenomeno, amplificato dai social media, ha eroso la distinzione tra verità e menzogna, rendendo sempre più difficile discernere il vero dal falso.

Impatti sulla democrazia e la coesione sociale:

La disinformazione rappresenta una minaccia per le istituzioni democratiche, poiché mina la fiducia nei media, nelle autorità e nella scienza. Inoltre, può polarizzare il dibattito pubblico, creare divisioni all'interno della società e compromettere la coesione sociale, generando confusione e sfiducia generalizzata.



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

Sun Tzu

Sun Tzu e il concetto di inganno strategico:

Nel VI secolo a.C., il grande stratega cinese Sun Tzu, nel suo trattato L'arte della guerra, affermava che "tutta l'arte della guerra si basa sull'inganno". Secondo Sun Tzu, l'obiettivo ultimo non è sconfiggere il nemico sul campo di battaglia, ma sottometterlo senza combattere, utilizzando l'inganno per confondere e demoralizzare l'avversario, seminando dubbi e discordia nelle sue file.

Funzioni della disinformazione nella storia antica:

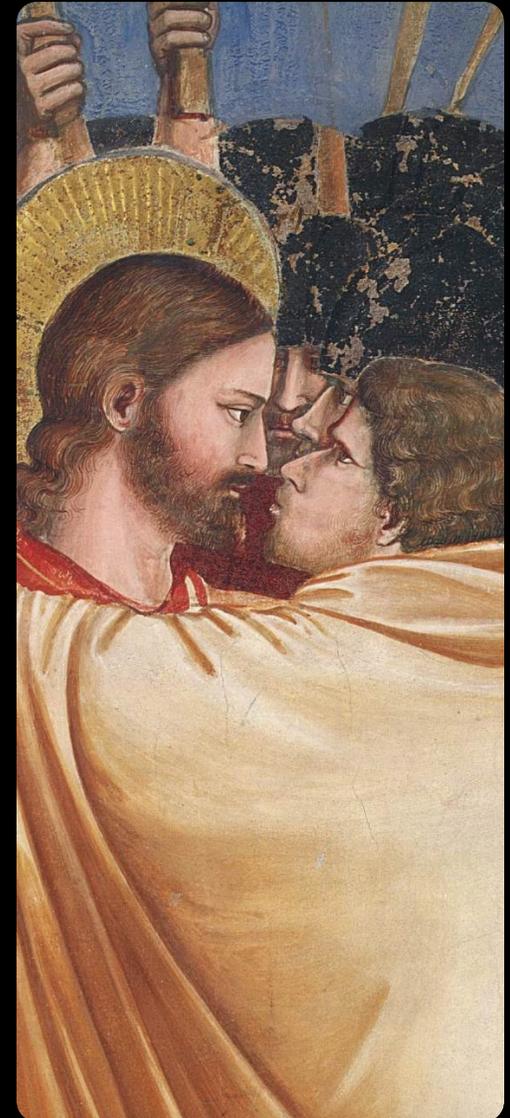
La disinformazione è stata utilizzata come arma strategica fin dai tempi antichi per influenzare il corso degli eventi politici e militari. Tra gli esempi emblematici, il mito del Cavallo di Troia e il tradimento di Giuda rappresentano come la manipolazione della percezione e la diffusione di informazioni ingannevoli potessero determinare l'esito di conflitti e crisi. La disinformazione, quindi, è sempre stata un potente strumento di potere, capace di alterare la realtà per ottenere vantaggi strategici senza l'uso diretto della forza.

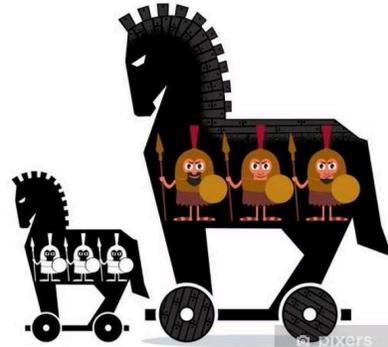
Esempi storici di Disinformazione

Il Tradimento di Giuda

Nell'episodio evangelico della Passione di Cristo, Giuda Iscariota tradisce Gesù, consegnandolo alle autorità religiose e politiche del tempo. Questo tradimento avvenne dopo una campagna di disinformazione volta a screditare Gesù, presentandolo come una minaccia per l'ordine costituito.

Le autorità orchestrano una strategia di manipolazione delle informazioni attraverso false accuse e testimonianze compiacenti, diffondendo la percezione di Gesù come sobillatore. Giuda, l'apostolo traditore, diventa l'emblema dell'infiltrato che, con l'inganno, porta alla rovina il proprio maestro. Questo episodio mostra come la disinformazione possa essere utilizzata per giustificare azioni coercitive e per eliminare oppositori percepiti.





Il Cavallo di Troia

Durante la guerra di Troia, gli Achei, per conquistare la città di Troia, utilizzano uno stratagemma: finsero di ritirarsi e lasciarono alle porte della città un enorme cavallo di legno, apparentemente come dono propiziatorio. I Troiani, ignorando gli avvertimenti, portano il cavallo all'interno delle mura. Durante la notte, i soldati greci nascosti al suo interno uscirono dal cavallo e aprirono le porte della città, permettendo all'esercito greco di entrare e conquistare Troia.

Il Cavallo di Troia rappresenta un esempio classico di "inganno strategico", in cui un regalo apparentemente innocuo nasconde una minaccia mortale. Simboleggia il concetto di "regalo avvelenato" e dimostra come la disinformazione possa essere utilizzata per infiltrarsi nelle difese nemiche e destabilizzare dall'interno, sottolineando il potere dell'inganno nel sovvertire le difese più solide.

Operazione Mincemeat

Nel 1943, i servizi segreti britannici concepirono l'Operazione Mincemeat per depistare i Tedeschi riguardo alla vera destinazione dello sbarco alleato. Un cadavere, travestito da ufficiale britannico e dotato di documenti falsi, venne fatto ritrovare al largo delle coste spagnole. I documenti indicavano la Grecia e la Sardegna come obiettivi dell'invasione, inducendo i Tedeschi a spostare le loro truppe.

L'operazione ebbe successo, facilitando lo sbarco alleato in Sicilia, che incontrò una resistenza ridotta. Questo esempio mostra come l'uso sapiente di false informazioni, se inserite in un contesto credibile, possa influenzare in modo decisivo le scelte strategiche del nemico, riducendo i rischi per le operazioni militari reali. L'Operazione Mincemeat è oggi considerata un caso emblematico di successo nell'ambito della guerra psicologica e della disinformazione strategica.

Il Ruolo dell'Intelligence nella Disinformazione

Funzione dell'intelligence nelle operazioni di disinformazione:

L'intelligence svolge un ruolo cruciale nella raccolta e manipolazione delle informazioni per influenzare le decisioni strategiche di governi e individui. Le operazioni di disinformazione orchestrate dai servizi segreti possono plasmare la percezione della realtà in modi che avvantaggiano gli interessi nazionali o di sicurezza, operando spesso in un'area grigia tra verità e inganno.

Esempi

Operazione Mincemeat.

Al Qaeda nel 2000: L'organizzazione terroristica seminò disinformazione attraverso comunicazioni allarmanti, distogliendo l'attenzione dei servizi di intelligence americani dalla reale minaccia che si concretizzò negli attacchi dell'11 settembre.



La disinformazione è 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.

E' un'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.

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

Evoluzione della Disinformazione nell'Epoca Moderna

Prima Ondata (1920-1930)

Emergenza della propaganda radiofonica:

Durante il periodo tra le due guerre mondiali, la radio diventa un mezzo di comunicazione di massa capace di raggiungere rapidamente ampie fasce della popolazione. La sua capacità di influenzare l'opinione pubblica viene sfruttata da regimi totalitari e governi autoritari.

Esempi: Propaganda nazista e sovietica:

- **Propaganda nazista:** Il regime di Hitler utilizza la radio per diffondere ideologie razziste e militariste, rafforzando il consenso popolare. Joseph Goebbels, Ministro della Propaganda, manipola abilmente i mezzi di comunicazione per costruire il mito della superiorità ariana e giustificare le politiche aggressive del Terzo Reich.
- **Propaganda sovietica:** Stalin sfrutta il controllo dei media per creare un culto della personalità e mascherare le repressioni interne e le carestie. La radio e i giornali controllati dallo Stato offrono un'immagine distorta della realtà, esaltando le presunte conquiste del regime.



Seconda Ondata (Post Seconda Guerra Mondiale)

Sviluppo della "political warfare" e disinformazione durante la Guerra Fredda:

Dopo la Seconda Guerra Mondiale, le agenzie di intelligence, in particolare la CIA, sviluppano sofisticate tecniche di disinformazione e guerra psicologica per destabilizzare gli avversari. Nel blocco orientale, la disinformazione viene utilizzata sistematicamente dai servizi segreti sovietici come strumento di manipolazione ideologica e geopolitica.

Esemio: Operazione INFEKTION:

Negli anni '80, il KGB conduce un'operazione di disinformazione per diffondere la falsa notizia che il virus dell'HIV/AIDS fosse stato creato in un laboratorio militare statunitense. La notizia, pubblicata inizialmente su un giornale indiano controllato dai sovietici, viene ripresa da diversi media internazionali, alimentando sfiducia e sospetti nei confronti degli Stati Uniti.

Terza Ondata (Fine Anni '60 - 1970)

La Disinformazione diventa una raffinata scienza operativa gestita da un apparato burocratico ben strutturato ed efficiente.

Durante gli anni '60 e '70, l'Unione Sovietica sviluppa una sofisticata strategia di disinformazione per influenzare l'opinione pubblica mondiale e minare la stabilità dei governi occidentali. **La dizinformatsiya** diventa uno strumento chiave per alterare la percezione della realtà e manipolare le relazioni internazionali.

L'Operazione "Neptune" fu una delle più notevoli e audaci campagne di disinformazione del KGB. Nel 1964, i servizi segreti sovietici, in collaborazione con l'intelligence cecoslovacca, misero in scena il ritrovamento di falsi documenti segreti nazisti in una cava abbandonata vicino a Příbram, in Cecoslovacchia. I documenti, abilmente contraffatti, collegavano importanti personalità politiche della Germania Ovest al regime nazista, nel tentativo di screditare il governo tedesco e seminare sospetti sulle sue connessioni con il passato nazista.

Obiettivi dell'Operazione:

- **Minare la credibilità della Germania Ovest:** I documenti falsi dovevano alimentare l'idea che il governo tedesco fosse ancora intrinsecamente legato agli ex membri del regime nazista.
- **Destabilizzare la NATO:** La diffusione di questi documenti mirava a incrinare le relazioni tra gli alleati della NATO, sfruttando le tensioni esistenti tra la Germania Ovest e gli altri membri.
- **Influenzare l'opinione pubblica:** I documenti furono divulgati ai media occidentali per alimentare teorie del complotto e diffondere dubbi sulla legittimità delle istituzioni democratiche in Germania Ovest.

Risultati dell'Operazione: L'Operazione "Neptune" ebbe un impatto significativo, generando numerosi articoli di stampa e suscitando un acceso dibattito pubblico. Anche se successivamente si scoprì che i documenti erano falsi, l'operazione dimostrò l'efficacia della disinformazione nel creare confusione e danneggiare la reputazione di interi governi.

L'Operazione "Neptune" è un esempio emblematico di come la disinformazione possa essere utilizzata per alterare la percezione storica e manipolare il dibattito politico, sfruttando documenti falsi e narrative costruite ad arte per raggiungere obiettivi strategici su scala globale.

Quarta Ondata (Circa 2010)

Ruolo dei social media e della tecnologia nella disinformazione contemporanea:

Con l'avvento dei social media, la disinformazione assume una forma più rapida e virale. Le piattaforme digitali permettono la diffusione istantanea di notizie false, amplificando il loro impatto su scala globale e rendendo difficile il controllo delle informazioni.

Esempio: Disinformazione russa durante la crisi ucraina:

Durante la crisi ucraina del 2014, la Russia utilizza una vasta gamma di strumenti, tra cui troll farm e media di Stato come RT (Russian Today) e Sputnik, per diffondere narrative alternative sull'annessione della Crimea e il conflitto nel Donbass. L'operazione mira a presentare l'Ucraina come uno Stato fallito e a legittimare l'intervento russo, sfruttando i social media per polarizzare l'opinione pubblica e seminare disinformazione su scala globale.

Tipologie di Operazioni di Disinformazione

Aumento della confusione:

Queste operazioni mirano a sovraccaricare il bersaglio con informazioni contrastanti, creando caos e paralisi decisionale. Un esempio è il caso dell'abbattimento del volo MH17 nel 2014 durante il conflitto russo-ucraino, dove vennero diffuse versioni diverse e contraddittorie dell'accaduto, rendendo difficile identificare i responsabili e ritardando una risposta coordinata della comunità internazionale.

Riduzione dell'ambiguità:

Queste operazioni spingono il bersaglio a credere in una realtà alternativa, spesso semplificata e rassicurante. Un esempio è rappresentato dalle teorie complottiste sull'11 settembre 2001, che offrono una narrazione coerente e univoca in contrapposizione alla complessità degli eventi reali. Queste narrazioni, seppur false, riducono l'incertezza e forniscono un'apparente spiegazione comprensibile per eventi traumatici.



La deception è una strategia deliberata di inganno utilizzata per indurre una persona, un gruppo o un avversario a credere in una realtà falsa, distorta o ingannevole. Questo concetto, che trova applicazione in contesti militari, di intelligence, politici e psicologici, si basa sull'uso combinato di informazioni vere e false per manipolare le percezioni, le decisioni e le azioni del bersaglio.

La deception si differenzia dalla disinformazione (diffusione di notizie false con l'intento di ingannare) in quanto può includere anche la manipolazione di informazioni vere e l'uso di prove tangibili per sostenere la narrazione ingannevole. È una pratica sofisticata che mira a controllare il modo in cui un avversario interpreta una situazione, spesso con l'obiettivo di ottenere un vantaggio strategico senza ricorrere a un confronto diretto.

Elementi della Deception

- 1. Manipolazione delle Percezioni:** La deception mira a distorcere la percezione del bersaglio, facendogli credere che una situazione sia diversa da quella reale. Questo può essere ottenuto attraverso la selezione mirata di informazioni, la creazione di prove false o la presentazione distorta di fatti.
- 2. Creazione di Ambiguità:** Spesso, la deception cerca di creare incertezza e confusione, inducendo il bersaglio a dubitare delle proprie informazioni o a sovrastimare/sottostimare la forza dell'avversario.
- 3. Coordinazione di Diversi Mezzi:** La deception può coinvolgere una combinazione di mezzi, come operazioni militari, diplomatiche e di intelligence, oltre alla propaganda e alla disinformazione.

Esempi di Deception

1. Operazione Bodyguard (Seconda Guerra Mondiale, 1944):

Questa complessa operazione di deception fu ideata dagli Alleati per sviare i Tedeschi riguardo al vero luogo dello sbarco in Normandia. L'operazione comprendeva una serie di sotto-operazioni, tra cui:

- Operazione Fortitude: Divisa in Fortitude Nord e Fortitude Sud, creò l'illusione di un imminente sbarco in Norvegia e Pas-de-Calais, utilizzando false comunicazioni radio e unità militari fittizie.
- Operazione Quicksilver: Prevedeva la creazione di un intero esercito fantasma, il First United States Army Group (FUSAG), sotto il comando del generale Patton, per convincere i Tedeschi che l'invasione principale sarebbe avvenuta a Calais.

L'operazione fu un successo e contribuì a far sì che le truppe tedesche venissero mantenute lontane dalla Normandia, facilitando il successo dello sbarco del D-Day.

2. Operazione Mincemeat (Seconda Guerra Mondiale, 1943):

3. Operazione Bertram (Seconda Battaglia di El Alamein, 1942):

Il generale britannico Bernard Montgomery ingannò le forze italo-tedesche di Erwin Rommel, creando un falso accampamento militare con carri armati di legno e depositi finti nel settore meridionale del fronte, facendo credere a Rommel che l'attacco principale sarebbe avvenuto lì. Nel frattempo, il vero attacco fu lanciato a nord. Questo inganno contribuì in modo significativo alla vittoria degli Alleati nella battaglia.

4. Operazione Neptune (Guerra Fredda, 1964):

Come menzionato in precedenza, questa operazione orchestrata dal KGB e dai servizi segreti cecoslovacchi prevedeva il ritrovamento di falsi documenti nazisti in una cava abbandonata, con l'obiettivo di minare la credibilità della Germania Ovest e di creare sospetti sulle sue relazioni con il passato nazista. Sebbene si trattasse di una falsificazione di documenti reali, l'operazione mirava a ingannare i media occidentali e il pubblico internazionale.

5. Operazione Desert Storm (Guerra del Golfo, 1991):

Prima dell'invasione terrestre del Kuwait, le forze della coalizione guidate dagli Stati Uniti misero in atto una serie di operazioni di deception per far credere agli iracheni che l'invasione sarebbe avvenuta lungo la costa del Golfo Persico. Vennero condotti finti movimenti navali e attacchi diversivi, mentre l'attacco principale fu lanciato attraverso il deserto a ovest.

Concetto di Deception

Distinzione tra deception e disinformazione:

La deception, in ambito militare e di intelligence, è una pratica che mira a ingannare l'avversario attraverso una combinazione di informazioni veritiere e false, distogliendo la sua attenzione dagli obiettivi reali. La disinformazione, invece, è la diffusione intenzionale di notizie false con l'obiettivo di ingannare non solo l'avversario, ma anche il pubblico.

Esempio: Operazione Bodyguard:

Durante la Seconda Guerra Mondiale, gli Alleati misero in atto un complesso piano di deception per convincere i Tedeschi che lo sbarco in Normandia fosse solo un diversivo. Attraverso una serie di operazioni di depistaggio e false informazioni, riuscirono a mantenere le truppe tedesche lontane dalla zona dello sbarco reale, garantendo il successo dell'invasione.

La Deception

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



Per comprendere meglio la natura della disinformazione, è necessario distinguerla da concetti affini come la **misinformation** e la **malinformation**.

Mentre la disinformazione implica un'intenzionalità manipolatoria, la misinformation si riferisce alla diffusione non intenzionale di informazioni errate. Tuttavia, in contesti di conflitto o alta tensione politica, la linea di demarcazione tra questi fenomeni può diventare sfumata.



La misinformation si riferisce alla diffusione di informazioni false o inesatte senza che vi sia l'intento deliberato di ingannare. Si tratta di errori, fraintendimenti o notizie non verificate che si propagano spesso per mancanza di verifica delle fonti o per interpretazioni errate dei fatti.

Esempio:

Una persona condivide sui social media un articolo che afferma, erroneamente, che bere acqua calda ogni mattina cura il raffreddore. La persona potrebbe credere sinceramente a questa informazione e condividerla con l'intento di aiutare gli altri, senza sapere che non esistono evidenze scientifiche a supporto di questa affermazione. In questo caso, non vi è l'intenzione di ingannare, ma l'informazione diffusa è comunque falsa e potenzialmente fuorviante.



La malinformation consiste nella diffusione di informazioni vere ma utilizzate con l'intento deliberato di danneggiare una persona, un gruppo o un'organizzazione. A differenza della disinformazione e della misinformazione, la malinformazione si basa su fatti reali, che vengono però decontestualizzati, estrapolati, o resi pubblici in modo tale da causare danni o creare un impatto negativo.

Esempio:

La pubblicazione di e-mail private di un politico, che contengono informazioni personali o riservate, con l'obiettivo di screditarlo o compromettere la sua reputazione durante una campagna elettorale. Sebbene le e-mail siano autentiche e i fatti riportati veri, la loro divulgazione è mirata a danneggiare intenzionalmente la figura pubblica, sfruttando informazioni che normalmente rimarrebbero private.



Il fenomeno populista ha avuto un forte impatto anche in Occidente, oltre al fenomeno Trump leader europei stanno ricorrendo sempre di più all'uso di Fake news come strumento di manipolazione. Questo però non sempre può essere fatto rientrare nella definizione di disinformazione.

Disinformazione nell'Era Digitale: Caratteristiche

Velocità e pervasività delle fake news:

Nell'era digitale, le fake news si diffondono con una rapidità senza precedenti grazie ai social media e alle piattaforme online. La facilità con cui le informazioni false possono essere create e condivise ha ampliato enormemente il raggio d'azione della disinformazione, rendendo difficile per il pubblico distinguere tra notizie vere e manipolate.

Utilizzo di deepfake e bot:

Le tecnologie digitali avanzate, come i deepfake e i bot, amplificano l'efficacia della disinformazione. I deepfake, ovvero video e audio manipolati con l'intelligenza artificiale, possono creare contenuti realistici ma completamente falsi, mentre i bot possono moltiplicare e diffondere messaggi falsi su larga scala, influenzando il dibattito pubblico in modo artificiale.

Esempi Contemporanei di Disinformazione

Durante la pandemia, una vasta gamma di teorie complottiste e fake news è stata diffusa attraverso i social media. Tesi come l'inesistenza del virus, i presunti effetti nocivi dei vaccini e l'associazione della tecnologia 5G con la diffusione del contagio hanno creato confusione, alimentato la sfiducia nella scienza e ostacolato gli sforzi per contenere la pandemia.

Impatti sulla società:

Queste campagne hanno contribuito a polarizzare ulteriormente le società, generando divisioni profonde tra chi si affida alla scienza e chi abbraccia narrazioni alternative. L'erosione della fiducia nelle istituzioni e nei media tradizionali ha minato la coesione sociale e la capacità dei governi di gestire efficacemente la crisi sanitaria.

Come vengono influenzate le Percezioni

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

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.



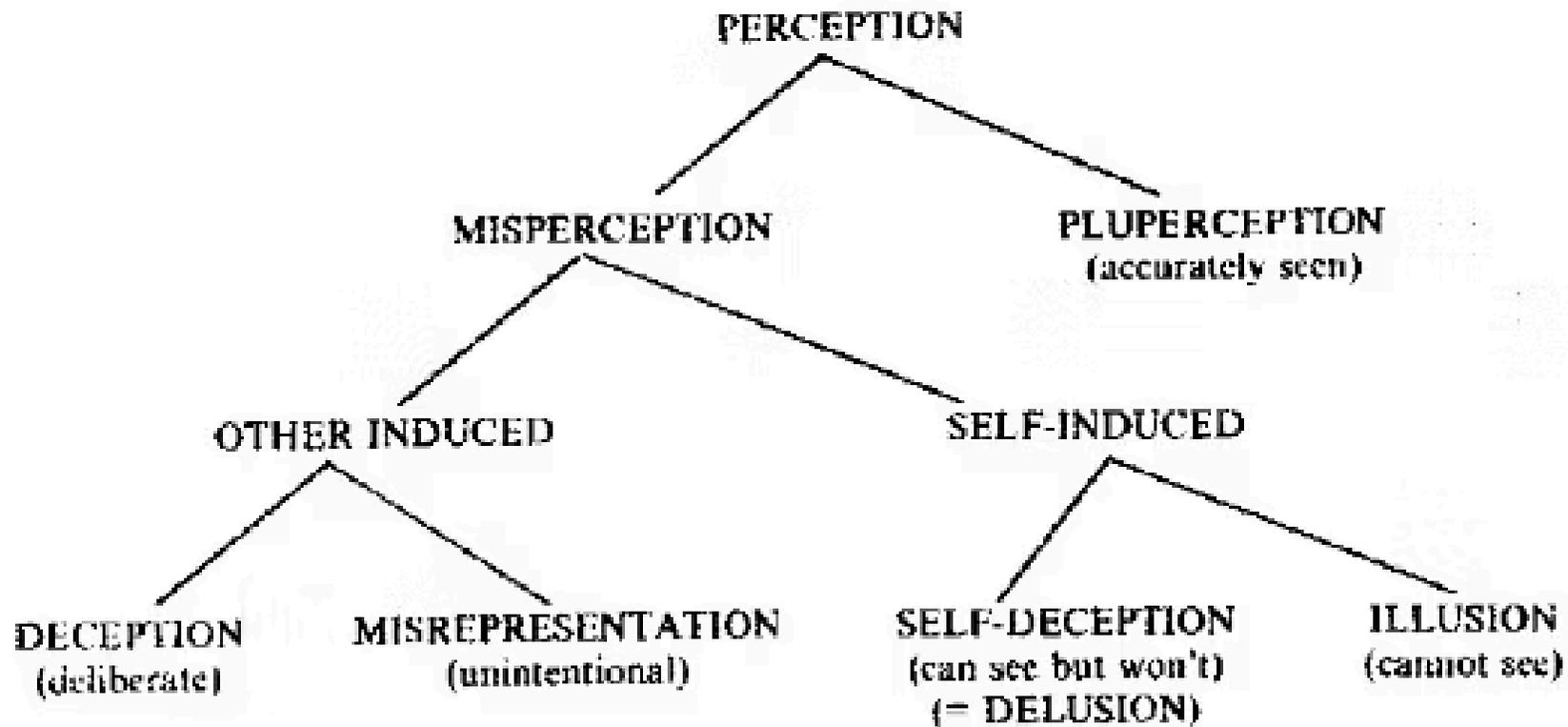
Due tipi di disinformazione:

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

Corrisponde ad una percezione errata, distorta o sbaliata che può derivare da autoinganno.

L'individuo non riesce a percepire correttamente la realtà a causa di modelli mentali errati o per dei preconcetti.



Misperception

La misperception è la percezione errata o distorta della realtà da parte di un individuo, gruppo o organizzazione. Si verifica quando le informazioni disponibili vengono interpretate in modo incorretto, portando a conclusioni sbagliate riguardo a situazioni, intenzioni o comportamenti. La misperception può derivare da vari fattori, tra cui pregiudizi personali, mancanza di informazioni complete, interpretazioni errate, aspettative o percezioni influenzate dal contesto emotivo e culturale.

A differenza della disinformazione o della misinformazione, che riguardano la diffusione di informazioni false o fuorvianti, la misperception è un processo cognitivo interno che porta a un fraintendimento della realtà, anche se le informazioni ricevute sono corrette.

Esempio di Misperception: La Crisi dei Missili di Cuba (1962)

Durante la Crisi dei Missili di Cuba, gli Stati Uniti e l'Unione Sovietica interpretarono erroneamente le intenzioni dell'altra parte, portando il mondo sull'orlo di una guerra nucleare.

L'Unione Sovietica aveva installato missili nucleari a Cuba, a poca distanza dagli Stati Uniti, in risposta all'installazione di missili nucleari americani in Turchia e all'invasione della Baia dei Porci. Quando gli Stati Uniti scoprirono i missili a Cuba, il Presidente John F. Kennedy e la sua amministrazione interpretarono questa mossa come un atto aggressivo e provocatorio, indicativo di un'escalation verso un possibile conflitto nucleare.

Misperception:

- **Da parte degli Stati Uniti:** Gli americani percepirono l'installazione dei missili sovietici come una preparazione per un attacco nucleare diretto contro il territorio americano, ignorando il fatto che l'Unione Sovietica li considerava una mossa difensiva in risposta ai missili americani in Turchia e alla percezione di minaccia da parte degli Stati Uniti.

- **Da parte dell'Unione Sovietica:** I sovietici, guidati da Nikita Khrushchev, credevano erroneamente che l'invio di missili a Cuba avrebbe costretto gli Stati Uniti a ritirare i loro missili dalla Turchia senza scatenare un confronto diretto. Non avevano previsto la reazione così forte e immediata degli Stati Uniti.

Questa reciproca misperception delle intenzioni e delle motivazioni portò a una drammatica escalation del conflitto, che fortunatamente fu risolta attraverso negoziati segreti e il compromesso, con il ritiro dei missili da Cuba e, segretamente, da Turchia. La crisi evidenziò come le percezioni errate possano condurre a situazioni estremamente pericolose, soprattutto in contesti di alta tensione politica e militare.

Plus Perception

Il termine plus perception non è comunemente utilizzato nel contesto accademico o psicologico e non ha una definizione standardizzata come "misperception" o "deception". Tuttavia, possiamo considerare la plus perception come una sovrastima o un'interpretazione esageratamente positiva di una situazione o di un'informazione. Si tratta quindi di percepire qualcosa in modo eccessivamente favorevole rispetto alla realtà, il che può portare a una valutazione errata delle circostanze.

Questa interpretazione può includere la sopravvalutazione delle proprie capacità, delle intenzioni degli altri o delle probabilità di successo in un dato contesto.

Esempio di Plus Perception:

La Campagna di Russia di Napoleone (1812)

Nel 1812, Napoleone Bonaparte, all'apice del suo potere, decise di invadere la Russia con un vasto esercito, noto come la Grande Armata. Il suo obiettivo era costringere lo zar Alessandro I a tornare sotto l'influenza francese e a rispettare il blocco continentale contro la Gran Bretagna.

Napoleone percepiva il suo esercito come invincibile e credeva che una vittoria rapida e decisiva fosse inevitabile. La sua percezione esageratamente positiva delle proprie forze e delle sue capacità strategiche lo portò a sottovalutare gravemente i rischi e le difficoltà dell'invasione della Russia, tra cui:

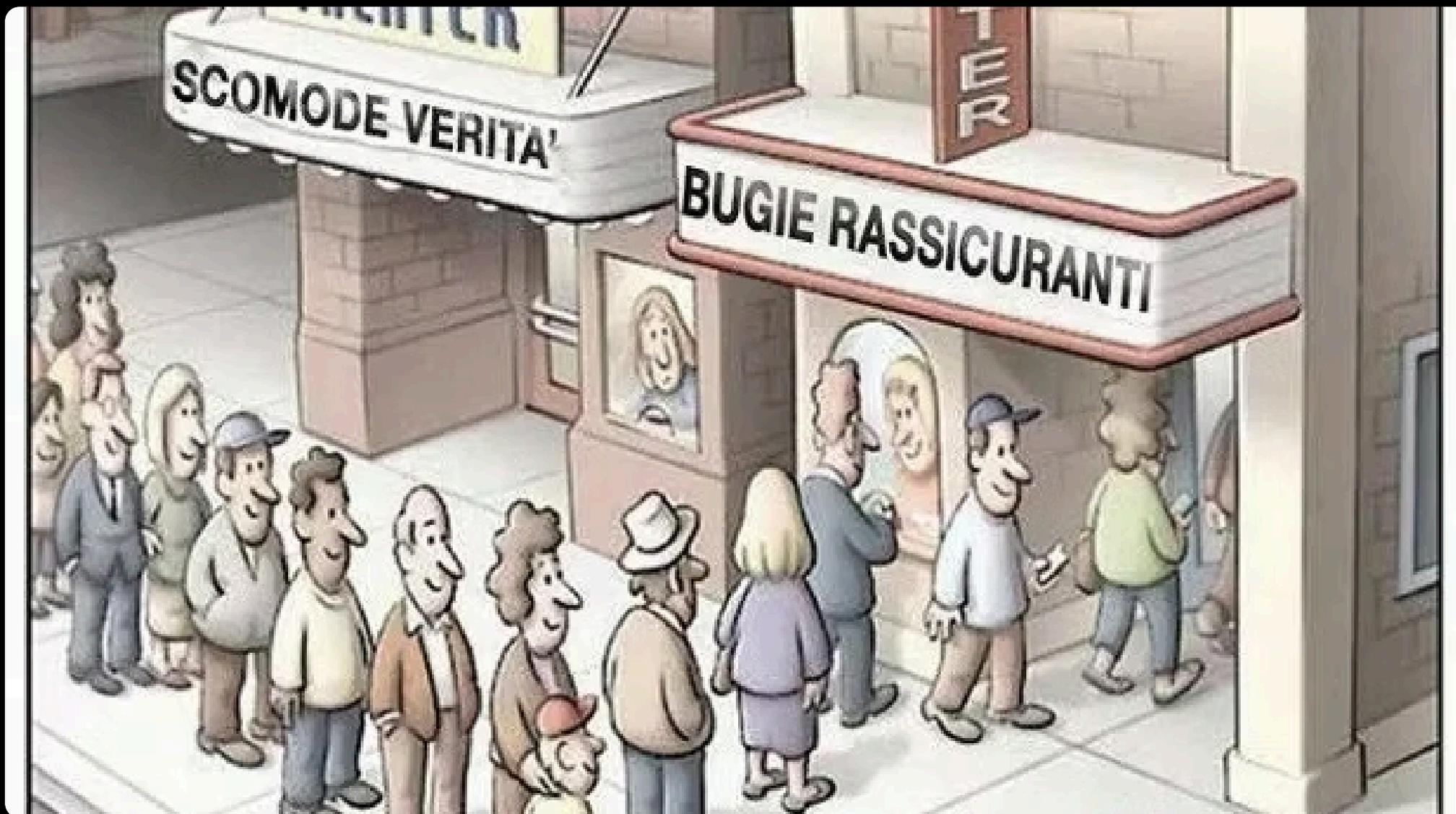
- 1. Sottostima del Terreno e del Clima:** Napoleone non tenne conto delle difficoltà logistiche associate all'attraversamento di immense distanze in un territorio vasto e inospitale. Non considerò adeguatamente l'impatto del rigido inverno russo sulle sue truppe.
- 2. Sopravvalutazione delle Capacità Militari:** Pur avendo un esercito numeroso e ben addestrato, Napoleone sopravvalutò la capacità della Grande Armata di mantenere una lunga campagna in territorio ostile, lontano dalle linee di rifornimento e di comunicazione.
- 3. Sottovalutazione della Resistenza Russa:** Napoleone pensava che una serie di vittorie rapide avrebbe costretto lo zar a chiedere la pace. Non prevede la strategia di terra bruciata adottata dai russi, che distruggevano le risorse per impedire all'esercito francese di approvvigionarsi, né la tenace resistenza delle forze russe.

Conseguenze della Plus Perception:

L'invasione si trasformò in un disastro per Napoleone. Dopo aver raggiunto Mosca, si trovò incapace di ottenere una resa russa e dovette ritirarsi in condizioni devastanti. La campagna si concluse con la perdita di oltre 400.000 soldati, causata dalla fame, dal freddo e dagli attacchi delle forze russe.

La plus perception di Napoleone, ossia la sua convinzione esagerata della propria invincibilità e delle possibilità di successo, lo portò a intraprendere una delle campagne più disastrose della sua carriera, segnando l'inizio del declino dell'Impero francese. Questo esempio illustra come una percezione eccessivamente ottimistica possa portare a decisioni strategiche catastrofiche, soprattutto quando non si tiene conto dei limiti e delle complessità della realtà.

La Dissonanza Cognitiva



La dissonanza cognitiva è un concetto psicologico introdotto dallo psicologo Leon Festinger nel 1957. Si riferisce allo stato di disagio o tensione mentale che una persona prova quando entra in conflitto con due o più credenze, valori, atteggiamenti o comportamenti contrastanti. Questo stato di disagio spinge l'individuo a cercare di ridurre la dissonanza, modificando uno dei due elementi in conflitto o cercando nuove informazioni che possano giustificare e armonizzare la propria posizione.

Meccanismi Psicologici e Cognitivi della Disinformazione

Dissonanza Cognitiva

La dissonanza cognitiva è uno stato di tensione psicologica che si verifica quando una persona è confrontata con informazioni o comportamenti che contraddicono le proprie credenze o valori. Per ridurre questa tensione, l'individuo tende a ignorare, reinterpretare o giustificare le informazioni dissonanti per mantenere un equilibrio interno. Questo meccanismo, descritto da Leon Festinger nel 1957, è un processo fondamentale della mente umana che influenza la percezione e l'accettazione delle informazioni.

Applicazioni nella disinformazione:

La disinformazione sfrutta la dissonanza cognitiva per creare confusione e incertezza, facendo leva su pregiudizi e credenze preesistenti del pubblico. Informazioni che si allineano con le convinzioni del bersaglio sono facilmente accettate, mentre quelle dissonanti vengono respinte o distorte. Questo meccanismo viene utilizzato per rafforzare le convinzioni personali, anche se false, e per polarizzare l'opinione pubblica.

Componenti della Dissonanza Cognitiva

- 1. Incoerenza tra Credenze e Comportamenti: Si verifica quando le azioni di una persona non sono in linea con le sue convinzioni. Ad esempio, un individuo che crede fermamente nei benefici di una vita sana, ma continua a fumare, sperimenterà dissonanza cognitiva.**
- 2. Conflitto tra Nuove Informazioni e Credenze Preesistenti: Quando una persona riceve informazioni che contraddicono le sue convinzioni consolidate, può provare disagio e cercare di razionalizzare o ignorare le nuove informazioni per mantenere la coerenza interna.**
- 3. Sforzo per Ridurre la Dissonanza: Gli individui cercano di ridurre la dissonanza in vari modi, tra cui:**
 - Cambiare il comportamento o le credenze per allinearle.**
 - Minimizzare l'importanza della dissonanza.**
 - Cercare informazioni che confermano le credenze attuali (bias di conferma).**
 - Rifiutare o ignorare le informazioni contrastanti.**

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 propria conoscenza delle conseguenze negative per la salute a causa 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.



Il Soft Power

Il soft power è un concetto sviluppato dal politologo Joseph Nye negli anni '90 per descrivere la capacità di uno Stato di influenzare e persuadere altri Stati o popolazioni senza ricorrere alla forza militare o alla coercizione (hard power). Il soft power si basa sull'attrattività culturale, ideologica e istituzionale di un paese, che induce altri attori internazionali a desiderare ciò che quel paese rappresenta, a seguirne l'esempio o ad adottarne i valori e le politiche.



Elementi del Soft Power

- 1. Cultura:** La diffusione globale della cultura di un paese (cinema, musica, letteratura, arte) può influenzare positivamente l'opinione pubblica internazionale. Esempi di soft power culturale includono l'influenza globale della cultura pop statunitense o la promozione della lingua e della cultura francese attraverso istituzioni come l'Alliance Française.
- 2. Valori e Ideologie:** La promozione di valori come la democrazia, i diritti umani e la libertà economica può rendere un paese attraente agli occhi di altri Stati e popolazioni. Ad esempio, il modello democratico occidentale è stato un elemento chiave del soft power degli Stati Uniti e dell'Unione Europea.
- 3. Diplomazia e Relazioni Internazionali:** La capacità di un paese di costruire e mantenere buone relazioni diplomatiche, alleanze e partnership economiche rafforza il suo soft power. Le iniziative di diplomazia pubblica, come le borse di studio per studenti stranieri o l'assistenza umanitaria, possono migliorare l'immagine di un paese.
- 4. Politiche e Istituzioni:** Le istituzioni politiche e legali di un paese possono rappresentare un modello da emulare per altri Stati. Organizzazioni come l'ONU, la NATO o l'Unione Europea utilizzano il soft power per promuovere stabilità e cooperazione internazionale.

Esempi di Soft Power

- **Stati Uniti:** Hollywood, l'industria musicale, le università di prestigio e la promozione dei valori democratici hanno fatto degli Stati Uniti un modello di riferimento globale.
- **Giappone:** Attraverso il fenomeno della "Cool Japan", che include anime, manga, cinema, tecnologia e moda, il Giappone ha rafforzato il suo soft power a livello globale.
- **Francia:** La promozione della lingua e della cultura francese, il turismo culturale e la diplomazia culturale attraverso istituzioni come l'Alliance Française e l'UNESCO.

COME ALLESTIRE UN PIANO DI DISINFORMAZIONE

- 1) Definizione del bersaglio dell'operazione (l'opinione pubblica, un settore preciso di quest'ultima, i decisori politici, un'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 (media tradizionali 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.**