

Paolo Attivissimo

“Tecniche e strumenti per distinguere fra fatti e bufale nei media moderni”

Martedì 23 ottobre 2018 dalle ore 20.45-22.45

Sala polivalente CDT di Cuneo

(Appunti della Prof.ssa Daperno MariaCristina NON rivisti dal relatore)

Iniziamo con alcuni esempi di fake news, o almeno così denominate: Trump e statua libertà, Corte europea e il divieto di battezzare, Renzi e affermazioni sulla non importanza del denaro. Con un po' di esperienza si sviluppa il fiuto per le bufale e pr individuare l'attendibilità o meno di una informazione.

Altri esempi:

-Es: **Bonsaikitten**: gattini in bottiglia dei giapponesi, notizia pubblicata su cartaceo anche in Italia e rilanciata da varie agenzie. Dietro il “successo” di questa notizia, c'è l'impatto emotivo della storia: stranieri, giapponesi popoo un po' particolare, animaletto carino, ecc..

-Es: **additivi cancerogeni** altro esempio di bufala già diffusa negli anni '70 su ciclostile, uguale a quello di oggi in pdf

Il problema di molte notizie è che “*Ci vogliamo credere*”, perché vanno a confermare alcune nostre certezze, un nostro pensiero, una nostra ideologia, o almeno si ferma e si allenta lo scetticismo, mentre invece dovrei rafforzarlo.

Altro ingrediente è che la falsa notizia la “*ricevo da un amico*”, da uno di cui mi fido, mentre dovrei interrompere questa catena.

Un ulteriore elemento ulteriore: il giornalismo deve vendere copie, deve fare click e quindi cerca notizie, “appetibili”.

--Es **news della coppia incastrata mentre fa sesso** ha un'origine in una leggenda del 1372, allora l'intervento era con la preghiera, anziché l'intervento moderno con la siringa magica: anche se è una notizia fasulla, perchè impossibile dal punto di vista anatomico.

Le storie false su internet toccano argomenti estremamente ser, ad esempio il problema clandestini

-Es **uomo che sputa sul cibo da dare agli infedeli**: La foto è falsa, la persona non è straniero in locale etnico italiano bensì un uomo arrestato sul lavoro negli USA
(fonte: www.davidpuente.it)

-Es **riscaldamento globale e Donald Trump**: immagini di ieri, il grafico sembra essere quello originale, ma è una media per Paese e in più è solo una tipologia di particella
Attenzione quindi si può mentire anche usando dati veri.

La domanda base è: chi mi sta dando questa notizia ne ha giovamento? Se va contro i suoi interessi probabilmente è vero.

Oggi molta informazione per fretta o pochi fondi pubblica senza verificare

-Es **eclissi di Luna rossa per “Marte”**: quasi tutti i giornali non hanno verificato né corretto né smentito. Questo caso è banale e incontrovertibile, in altri casi no.

Oggi molto giornalismo è copia-incolla dalle notizie Ansa, si pubblica direttamente per problemi di fretta e pressione e mancanza di fondi

-Es. **selfie di pilota in volo:** pubblicato da Corriere della Sera, il fenomeno ovviamente è impossibile, il selfie è fatto a terra, lo si può dedurre da molti indizi: asfalto negli occhiali a specchio, cravatta ferma, capelli a posto, ma è stata pubblicata, poi hanno rimosso l'articolo

Il giornalismo ha ruolo importante nella società, sta perdendo credibilità oggi.

-Es **fake news e Brexit:** autobus ha girato con scritto *“Diamo all’EU 350 milioni di £ a settimana per settimana: teniamoceli”*, nella realtà l’importo che il paese invia all’EU è la metà e in più non si tiene conto che l’EU restituisce quasi stessa cifra, ma come messaggio ha funzionato. Dopo la vittoria Farage ha detto *“Era sbagliato, ci siamo sbagliati”*

-Es **fake news in USA e Trump:** *“Svezia vieta luci di Natale per non far arrabbiare musulmani”*, invece si trattava di una normativa tecnica che invitava a non appendere luci per le strade, su queste notizie si fa guadagno, tanti clic uguale introiti pubblicitari.

Non è trascurabile l’elemento commerciale e cinico delle fake news.

-Es **cambiamenti climatici:** su Repubblica nel gennaio 2010 si parla delle *“onde ghiacciate”*, nella realtà le foto arrivano da una base in Antartide, non c’entra niente con riscaldamento globale. E’ stata segnalata notizia errata e anziché mettere rettifica hanno solo tolto la foto. La Stampa italiana non ha ancora sensibilità per segnalare errori

La disinformazione, specie di fonte governativa, esiste da sempre. Un esempio storico: il Messaggero presenta in prima pagina l’articolo dello sbarco sulla Luna a caratteri cubitali: *“LUNA primo passo”*, ma manca alla redazione la foto dell’impronta, la foto pubblicata non c’è originale, viene pubblicata una fotografia di una impronta fotografata sulla spiaggia con uno stivale da pesca. Oggi però stanno cambiando le motivazioni con cui si fanno false notizie, ci siamo anche noi, ci sono molti più attori, ci sono quelli che creano per diletto false news, altri lo fanno per altri scopi

-Es **blue wave:** suicidio da edificio alto, non esiste nessun gruppo *“blue wave”*; ne hanno parlato Le Monde andando contro tutte le regole etiche per suicidio di minori, questo perché non vengono fatti controlli sulla fonte quando la notizia piace, sono gli ascolti che fanno introiti commerciali. L’economia della comunicazione dal punto di vista dei guadagni spiega molte cose.

Alcuni esempi di politica: Renzi commenta sulla non importanza soldi, notizia forte Maroni rilancia sul suo canale, sito Corsaro.it, idem notizia di Gentiloni su Liberogiornale.com. Maroni è cascato nella trappola, se la notizia conferma i nostri pregiudizi è appetitosa. Quando si vede una notizia che conferma i propri pregiudizi dobbiamo fare doppia verifica

Abbiamo scoperto facendo una indagine che molte di queste testate che pubblicano sulla rete sono nella realtà legate a unico editore **EDINET**, che gestisce 8/9 testate fasulle con chiaro intento ingannevole, scoperto da codice pubblicitario unico, con il solo scopo di guadagnare sui click e le relative inserzioni pubblicitarie.

Il problema è che siamo noi ad amplificare queste storie: **il primo mezzo per bloccare le fake news è non dare like, non rilanciare a meno che siamo certi della verità**, gli algoritmi dei social funzionano così, sui like.

Attenzione al **clickbait**: **ovvero** notizia fatta da esca semplicemente per farti cliccare. Non conta più fare una notizia controllata ma solo notizia per fare click. Esiste propaganda e contro-propaganda. Oltre a questo si aggiunge una certa impreparazione di base di chi lavora in redazioni.

Es. **Repubblica**: **“aereo che viaggia a 10 volte la velocità della luce”**: vuol dire che non c'è nessuno che controlla le notizie e che guarda in redazione

Le gallery valgono 45 click, su una gallery di cibi che provocano cancro compare una foto di circuito stampato per errore di traduzione sigla. Il giornalista ha cercato nella fretta la prima immagine disponibile su Google Immagini, senza porsi la domanda cosa stava pubblicando. L'importante era arrivare a 45 fotografie.

Altre volte gli errori sono per “copiatura” e fretta: *“La corte europea vieta di battezzare i figli”*. La notizia è inventata, se si mettono le parole chiave su Google tra virgolette salta fuori che viene da Wikipedia e la fonte originale è “il giornale del corriere” che è di sito acciappa-click. La notizia è finita su giornale cartaceo, dopo segnalazione hanno solo tolto notizia dal sito.

Bufale e fake news sono un problema di tutti i media, non solo di internet. Quindi attenzione: capire cosa sta succedendo: **Google e Facebook assorbono oggi tutti i soldi che prima erano sui giornali**, quindi incoraggia il cattivo giornalismo

Google 81 miliardi di \$ di pubblicità all'anno. Con questa crisi economica è difficile pagare buoni giornalisti. **Google e Facebook offrono pubblicità mirata, per questo la pubblicità va da loro. Programmatic advertisement**: siamo profilati. Radio e televisione non possono farlo, questo determina lo strapotere dei social network rispetto ai media tradizionali in relazione alla pubblicità.

Meglio navigare in modo anonimo quando si naviga in rete, non utilizzando “navigazione anonima del browser” perché quella è riferita solo alla tracciatura sul proprio Pc, ma utilizzando strumenti come Tor. Quindi attivare navigazione privata che riduce profilazione e ad esempio al posto di Google usare DuckDuckGo che fa da filtro.

Strumenti anti-bufala:

- bufalopedia.info
- tinyurl.com/guida-motori-ricerca

Elenco siti creatori di notizie false, alcuni sono siti di satira ma dobbiamo inserirli nei siti “bufala”, perché molti credono alle notizie pubblicate su tali siti vere

Siti di debunking: alcuni giornali francesi (Le Monde, Liberation) cominciano a fare notizie e debunking, inoltre ci sono attività su Twitter di debunking, se li segui si trovano in anticipo.

Alcuni indicatori di indicatori di bufala all'interno della notizia, se compaiono queste parole devo stare attento che probabilmente si tratta di una bufala:

- “quantistico” ...

- "naturale"
- "Nicola Tesla"
- "scienza ufficiale"
- "rifiuto della trasparenza"
- "scenziato esotico"

Strumenti di indagine di base:

- uso di Google con frase tra virgolette + bufala/fake/hoax
- ricerca avanzata
- news.google.com cerca solo su testate giornalistiche
- scholar.google.com, researchgate.net, academia.edu
- books.gogle.com archivio libri
- ricerca per immagini (anche Tineye.com, Karmadecay.com)
- archive.org siti come erano prima di rimozione

Es Sky tg24: attentato a Parigi e presunto kamikaze, nella realtà era un selfie di un giornalista con in mano il proprio tablet.

Es. Atlantide, bella scoperta:Corriere pubblica trovata civiltà sommersa mediate Google Maps . Nella realtà se ingrandisco un'immagine .jpeg trovo naturalmente dei riquadri, dovuti alla compressione dell'immagine. Anche sul sedere di Belen posso trovare Atlantide se ingrandisco!!!

Come reagire?

- censura: non funziona
- chiediamo ai giornalisti di fare migliore informazione
- coinvolgere i media di massa
- installare adblocker che blocca pubblicità, non diamo soldi e lo sblocciamo sui siti buoni
- non condividere se non certi
- usare internet come antidoto
- educare al senso civica a partire dalle scuole
- rendere l'approccio investigativo-scientifico
- comunicare correttamente

Esperimenti di contrasto:NewYorkTimes movimento **Sleeping Giants** contro Breibart. Hanno informato i marchi che erano su siti di odio e così 3700 inserzionisti (>90%) hanno sospeso inserzioni.

"Il nostro obiettivo non è eliminare le fake news, ma elaborarle in modo che non possano più nuocere" Claire Wardle, Firzst Draft News