La fabbrica del consenso



LA PROPAGANDA NELLA STORIA: tre regimi totalitari a confronto (Il CHI)

REGIME	CAPO	MESSAGGIO PRINCIPALE	NEMICO
Rivoluzione Russa **Comunismo** **Stalinismo**	**Lenin** **Stalin**	Tutto il potere ai Soviet Il paradiso dei lavoratori	Capitalisti Nemici del popolo Trotsky
Fascismo (Italia)	**Mussolini**	«Credere. Obbedire. Combattere» Ritorno alla grandezza dell'Impero di Roma	Antifascisti Democrazie liberali
Nazismo (Germania)		Superiorità della razza ariana. Espansione (spazio vitale).	Ebrei Comunisti Trattato di Versailles

Il CUORE della propaganda (il PERCHÉ)



- **Obiettivo principale:** Trasformare i cittadini in fedeli servitori dello Stato.





- **Emozioni chiave:**
  Paura (verso il nemico)
  Orgoglio (verso la patria/regime).



- **Sostituzione della realtà:** Il regime non dice "*com'è il mondo*", ma "*come il cittadino deve vedere il mondo*".

Gli STRUMENTI della propaganda (il COME)

📻 Nuovi Media:

- **Radio:** La voce del capo entra in ogni casa.
- **Cinema:** I cinegiornali (es. Istituto Luce) mostrano solo i successi del regime.

🖼️ Linguaggio Visivo:

- **Manifesti:** Colori forti (Rosso, Nero), simboli giganti, testi brevissimi.
- **Fotografia:** Ritocchi per eliminare gli avversari politici (tecnica molto utilizzata da Stalin)
- **Cine-giornali**

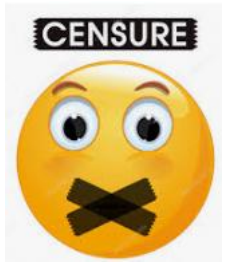
🏫 Educazione:

- **Scuole**: Libro di testo unico.
- **Organizzazioni giovanili**: Opera Nazionale Balilla (nell'Italia fascista) e Gioventù Hitleriana (nella Germania nazista).

Le caratteristiche comuni



Culto del Capo: Il leader è infallibile e onnipresente (statue, quadri, slogan).



Censura: Divieto di critica; chi parla contro il regime viene punito o "cancellato".



Adunate di Massa: Grandi parate per far sentire l'individuo parte di un "tutto" potente.



Semplificazione: Messaggi elementari ripetuti ossessivamente (gli slogan)







PROPAGANDA ieri e oggi: dai manifesti al digitale

Smascherare il meccanismo

La **PROPAGANDA**, oggi come in passato, si basa su **3 pilastri**:

1. **SEMPLIFICAZIONE:** ridurre problemi complessi a un unico colpevole, il **nemico**.

2. **RIPETIZIONE:** ripetere una «**bugia**» all'infinito finché sembra **vera** (tecnica di Goebbels, dal nome del ministro della propaganda nazista)

3. **EMOZIONE:** fare leva sulle emozioni (**rabbia, paura, orgoglio, vendetta**) invece che sul ragionamento

Confronto IERI vs OGGI

IERI -TOTALITARISMI

- Censura
- Adunate di massa
- Controllo della stampa
- Cine-giornali
- Slogan sui muri



OGGI - ERA DIGITALE

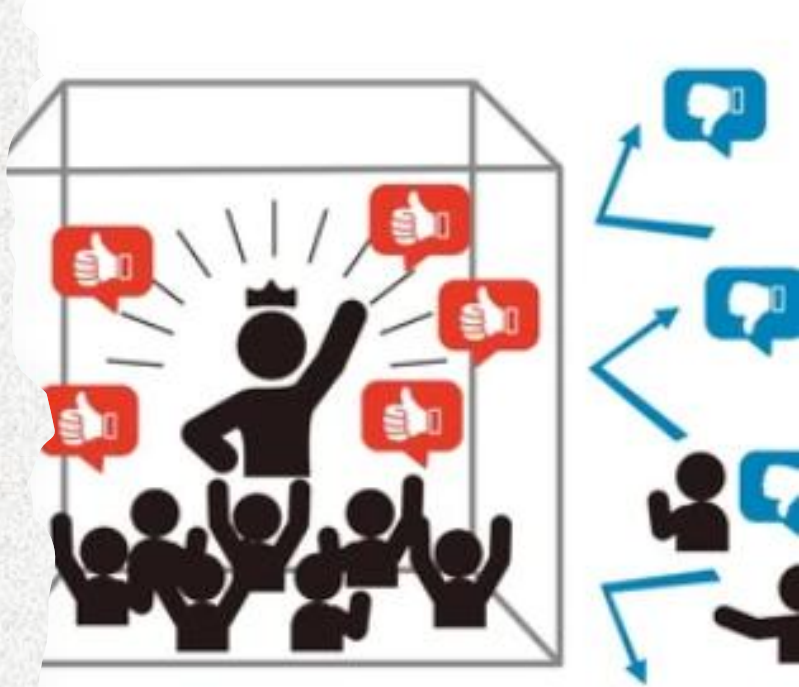
- Shadowbanning
- Algorithmic Boost o Whitelist
- Fakenews
- Deepfake
- Hashtag e Meme

SEMBRA UNA TUA IDEA MA LO È DAVVERO?





Una bolla intorno a noi: cosa significa ?



Cerchiamo di saperne un po’ di più

https://youtu.be/YpRR3fwBW48?si=5Y33Q4gv-gh9NWyb



CHE COS'È QUESTA BOLLA?



FILTER BUBBLE

- La **filter bubble** è uno **spazio** che si potrebbe definire **personalizzato** nel senso che **ci mostra solo ciò che ci «piace» vedere** ed è per questo che i nostri social network appaiono allineati ai nostri interessi.
- **Come funziona?**
  - **Gli algoritmi tracciano il comportamento dell'utente** (like, click, ricerche passate) per mostrare contenuti che massimizzano la sua interazione, cioè tendono a proporre contenuti simili a quanto di massimo interesse e gradimento per l'utente, creando una «bolla» intorno ad ogni utente.
  - **L'algoritmo memorizza le nostre preferenze e ce le ripropone**, in un ciclo continuo e difficile da scardinare.
- **Caratteristiche della Filter bubble:**
  - **Invisibile: Spesso l'utente non sa** di essere in una bolla.
  - **Passiva: L'utente non sceglie** di entrarvi, è il risultato del filtraggio tecnologico

ECHO CHAMBER

- L'**echo chamber** è una diretta conseguenza delle filter bubbles: un meccanismo per cui **incontriamo solo informazioni coerenti con le nostre visioni**, su qualsiasi argomento (dalla moda, allo sport, alla politica).
- Rafforzata dalla bolla di filtraggio, la echo chamber è un **sistema chiuso e impermeabile** a idee differenti. Le idee dell'utente vengono ripetute e amplificate, vengono in tal modo rinforzate dalla ripetizione e dalla esclusione di pareri contrari.
- **Come funzione?** Una volta all'interno della *filter bubble*, l'utente entra in contatto solo con contenuti e persone con opinioni simili, confermando le proprie convinzioni (omofilia).
- **Caratteristiche dell'Echo chamber:**
  - Crea un "**falso consenso",** inducendo a credere che tutti la pensino allo stesso modo.
  - **Polarizzazione:** Aumenta la chiusura mentale e riduce il confronto

Proviamo ad approfondire

Proviamo ad approfondire

Algorithmic Boost (La "Spinta" dell'Algoritmo): È il modo in cui un social media decide di «premiare» un contenuto mostrandolo a migliaia di persone gratuitamente, perché lo considera interessante.

- **Come funziona:** L'algoritmo osserva i primi minuti di vita di un post; se vede che le persone non lo saltano ma anzi mettono like, commentano o (soprattutto) lo riguardano più volte, scatta il "boost". Il social capisce che il contenuto trattiene gli utenti sulla piattaforma e inizia a "spingerlo" nei feed di altre persone.

- **Esempio:** Pubblichi un video con un trend nuovo o un consiglio utile e nelle prime due ore riceve molti commenti: l'algoritmo ti dà il **boost** e finisci nei "Per Te" di persone in tutto il mondo.

Whitelist (La "Corsia Preferenziale"): È una lista di account "fidati" o "approvati" che ottengono permessi speciali. Nei social, si usa spesso quando un brand paga per usare il profilo di un creator famoso per fare pubblicità.

- **Come funziona:** Immagina che un influencer che segui faccia una collaborazione con un marchio di scarpe. Il marchio inserisce il profilo dell'influencer in una **whitelist**. Questo permette al brand di trasformare i post del creator in pubblicità mirata. Il post apparirà a persone specifiche (scelte a tavolino) anche se non seguono quel creator, ma sembrerà un post normale e non uno spot noioso.

- **Esempio:** Un brand di videogiochi mette in **whitelist** il tuo streamer preferito. Anche se non segui lo streamer, tu vedrai il suo video nel tuo feed perché il brand ha pagato per farti arrivare quel contenuto specifico, usando la faccia di qualcuno di cui ti fidi.

In sintesi:

- **Algorithmic Boost** è come vincere una gara perché hai corso velocissimo (**merito e viralità**)
- **Whitelist** è come avere un **pass** VIP per entrare nel feed delle persone perché qualcuno ha **pagato** per darti quel permesso.

Proviamo ad approfondire

Shadowbanning: E’ una forma di **moderazione** **dei contenuti che limita la visibilità di un utente** o dei suoi post sui social media senza avvisarlo.

Nasce come sistema di moderazione ma **può trasformarsi in censura**.

Hashtag: La parola **hashtag** è un neologismo inglese nato dall'unione di *hash* (cancelletto, il simbolo #) e *tag* (etichetta).

Un hashtag è una parola (o frase, purché senza spazi) preceduta dal simbolo cancelletto (#), usata sui social media per **categorizzare contenuti** e **aggregare argomenti** di tendenza.

L’hashtah # è un’**etichetta** cliccabile, che **collega contenuti correlati** e rende i post reperibili agli utenti interessati a specifici temi; permette di monitorare conversazioni e supportare campagne di marketing.

Proviamo ad approfondire

Un **meme** è un **contenuto digitale** rielaborato in modo **ironico o satirico** per commentare fatti attuali, comportamenti o tendenze culturali che diventa **virale** diffondendosi rapidamente in internet e diventando un "tormentone" del web.

Il termine **meme** deriva dal greco *mímēma* ("ciò che viene imitato").

Solitamente si tratta di un'immagine cult, una scena di un film o un video, **modificato con una breve frase** che ne **cambia il contesto** in modo divertente o sarcastico.

Il meme funziona grazie alla **condivisione spontanea** che lo fa diventare **virale**.

Oltre al puro **intrattenimento** e divertimento, i meme sono usati però anche per esprimere **concetti complessi**, fare **satira politica**, o persino per l'**attivismo sociale**, mascherando spesso dietro l'ironia razzismo o critiche feroci.



Proviamo ad approfondire

Fakenews (letteralmente "notizie false") sono **informazioni inventate, distorte o ingannevoli** pubblicate con l'intento di ingannare il pubblico, creare scandali o guadagnare attraverso il traffico online.

Le fake news mirano a diventare **virali** e per riuscirci **fanno leva sulle emozioni:** sono scritte per colpire emotivamente chi legge perché se una notizia ci fa arrabbiare, ci preoccupa o ci meraviglia siamo **spinti maggiormente a condividerla senza controllare se sia vera**.

Una volta pubblicata, la notizia viene ripresa, **rilanciata e amplificata** da migliaia di utenti, rendendo **difficile capire quale fosse la fonte originale**.

E siccome, i social tendono a mostrarci i contenuti che confermano ciò che già pensiamo, creano intorno a noi una "bolla" nella quale le fake news possono circolare indisturbate.



Esempi di fake news molto diffuse

1. **«Bufale» sulla salute**: False cure miracolose o pericoli inventati riguardanti cibi o vaccini.
2. **Disinformazione politica**: Notizie create per danneggiare un candidato o influenzare le elezioni, come il falso sostegno di figure famose a certi politici.
3. **Teorie del complotto**: Storie complicate che spiegano eventi mondiali come complotti segreti di piccoli gruppi di potere.
4. **Truffa e Guadagno**: Promesse di regali o vincite facili cliccando su link sospetti (spesso collegati al phishing).

Proviamo ad approfondire

Deepfake sono **video o registrazioni vocali falsi creati con l'AI**. Presentano immagini corporee e facciali catturate in Internet o tracce audio rielaborate e adattate a un contesto diverso da quello originario tramite un sofisticato algoritmo. I falsi video creati con l'AI vengono poi diffusi come veri su altri siti fino a diventare virali.

Riconoscere i deepfake non è semplice, richiede **grande attenzione** a **dettagli incongruenti** quali movimenti innaturali, audio desincronizzato, luci/ombre anomale, discrepanze nei bordi del viso, battiti di ciglia mancanti o innaturali, sfondi distorti e difetti su occhi, pelle o mani: tutti dettagli che, se si guarda un video velocemente come accade sui social, sfuggono facilmente.

La tecnologia alla base dei deepfake è in costante evoluzione, rendendo sempre più difficile distinguerli a occhio nudo, pertanto è **essenziale mantenere un alto livello di scetticismo** verso contenuti video o audio sensazionalistici ed è sempre opportuno **verificare se la notizia è riportata da fonti di informazione ufficiali.**

Proviamo ad approfondire

Deepfake: alcuni spunti di riflessione

Un esempio famoso**:**
https://www.rainews.it/video/2025/02/trump-posta-un-video-di-gaza-generato-con-lia-tra-statue-doro-grattacieli-e-danzatrici-a832ae68-1a4a-4b9b-b044-65be697ca70f.html

Per saperne di più:
Valentina Tanni a #Maestri | Tecnologia | Rai Scuola

Qualche altro esempio recente:

https://www.instagram.com/reel/DTzVjk7j3h8/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=NTc4MTIwNjQ2YQ==

Per riflettere su come sia sempre più facile manipolare la realtà:
https://www.repubblica.it/tecnologia/dossier/intelligenza-artificiale/2023/12/27/video/ho_usato_lia_per_diventare_clooney_beckham_e_mario_draghi_il_deepfake_in_tempo_reale-423325524/

Quindi OGGI come IERI?

OGGI - ERA DIGITALE

- **Shadowbanning**
- **Algorithmic Boost o Whitelist**
- **Fakenews**
- **Deepfake** (video falsi creati con l'AI)
- **Hashtag** e **Meme**

IERI -TOTALITARISMI

- **Censura**: chiusura dei giornali
- **Adunate di massa**
- **Controllo della stampa**
- **Cine-giornali**
- **Slogan sui muri**



È DAVVERO UNA TUA IDEA?



FACT CHECKING

TECNICHE DI SMASCHERAMENTO

Giornalisti-a-scuola-Dispensa-Fake-news.pdf

https://youtu.be/FAkcBx3zfoA?si=G_jWNJXKIZZDiq_t



1. **FONTE**: **Chi** ha scritto questa cosa? È una fonte attendibile? È un sito conosciuto o ha un nome strano (es. estensioni insolite)?
   - **Cerca conferme**: La notizia è riportata anche dai grandi giornali o dalle agenzie di stampa o è riportata come scoop esclusivo?
   - **Controlla la data**: Spesso vecchie notizie vengono ripubblicate come se fossero appena accadute.

2. **LINGUAGGIO**: Ci sono parole che vogliono farmi arrabbiare o che vogliono suscitare in me emozioni forti? Ci sono punti esclamativi? La notizia è scritta in caratteri maiuscoli?

3. **IMMAGINI**: L'immagine è vera o sembra ritoccata, magari per sembrare più drammatica? Attenzione: le foto potrebbero essere vere ma prese da un contesto diverso; una ricerca su Google Immagini aiuta a trovarne l'origine.

Per metterci alla prova e per saperne di più

Siti in cui si può fare una verifica veloce sulle notizie

www.bufale.net

www.butac.it

www.pagellapolitica.it

Per saperne di più sul fact-checking e su come funzionano gli algoritmi

Fact-checking online: una guida in 15 siti - Teresa Potenza

https://youtu.be/4nbekeaEKo4?si=kia61z17R6J8-K1M