

Fact-checking e social media

Boves /
21 febbraio 2025

Giovanni Zagni
Direttore, Pagella Politica/Facta

Raccogliamo le idee
Slido.com - Codice #7365



PERCHÉ NE PARLIAMO

Perché parliamo di disinformazione?

Un tema pressante.

Meta

More Speech and Fewer Mistakes

January 7, 2025

Joel Kaplan, Chief Global Affairs Officer



00:00

05:17

Perché parliamo di disinformazione?

Un tema pressante.

The screenshot shows the website of the Romanian Presidency. The header includes social media icons (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Email, LIVE), the text "Președintele României" with the national coat of arms, and navigation links for "Arhivă" and language options "RO | EN". A secondary navigation bar contains "ACASĂ", "PREȘEDINTE", "ADMINISTRAȚIA PREZIDENȚIALĂ", "ANGAJAMENTE", "MEDIA", and "CON" with a user icon and a search icon.

Comunicat de presă

04 decembrie 2024

Președintele României, Klaus Iohannis, a fost de acord cu declasificarea, potrivit legii, la solicitarea instituțiilor emitente, a informațiilor prezentate de Serviciul Român de Informații, Serviciul de Informații Externe și Ministerul Afacerilor Interne în cadrul ședinței Consiliului Suprem de Apărare a Țării, din data de 28 noiembrie 2024.

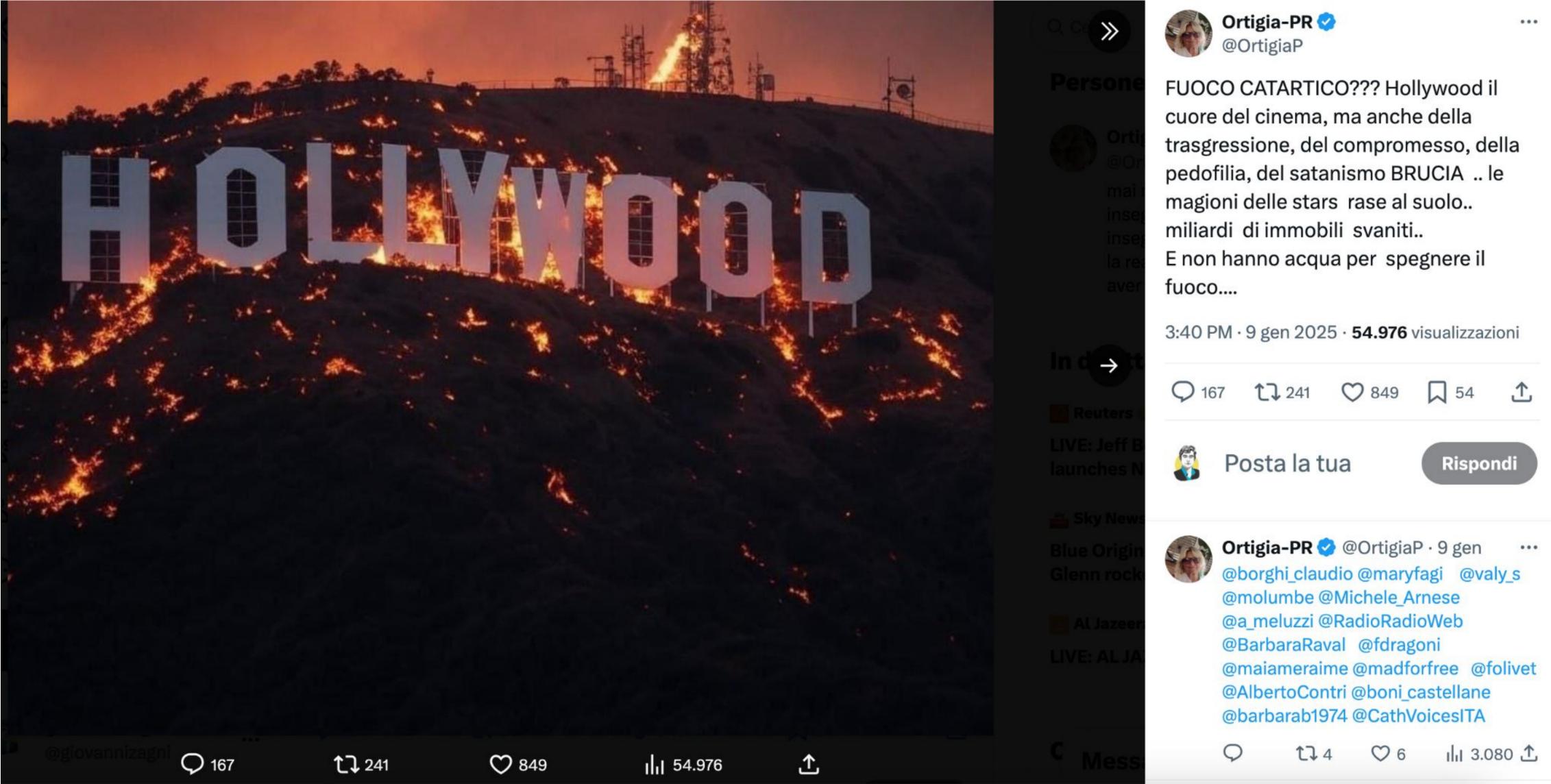
Totodată, precizăm că Hotărârea adoptată de membrii CSAT în ședința din data de 28 noiembrie 2024 a fost transmisă, la finalul ședinței, Serviciului Român de Informații, Serviciului de Informații Externe, Ministerului Afacerilor Interne, Serviciului de Telecomunicații Speciale, Autorității Electorale Permanente, Biroului Electoral Central, Parchetului de pe lângă

înapoi la

- Facebook
- Twitter
- Adresă de e-mail

Perché parliamo di disinformazione?

Qualche esempio: gennaio 2025.



Ortigia-PR @OrtigiaP

FUOCO CATARTICO??? Hollywood il cuore del cinema, ma anche della trasgressione, del compromesso, della pedofilia, del satanismo BRUCIA .. le magioni delle stars rase al suolo.. miliardi di immobili svaniti.. E non hanno acqua per spegnere il fuoco....

3:40 PM · 9 gen 2025 · 54.976 visualizzazioni

167 241 849 54

Posta la tua Rispondi

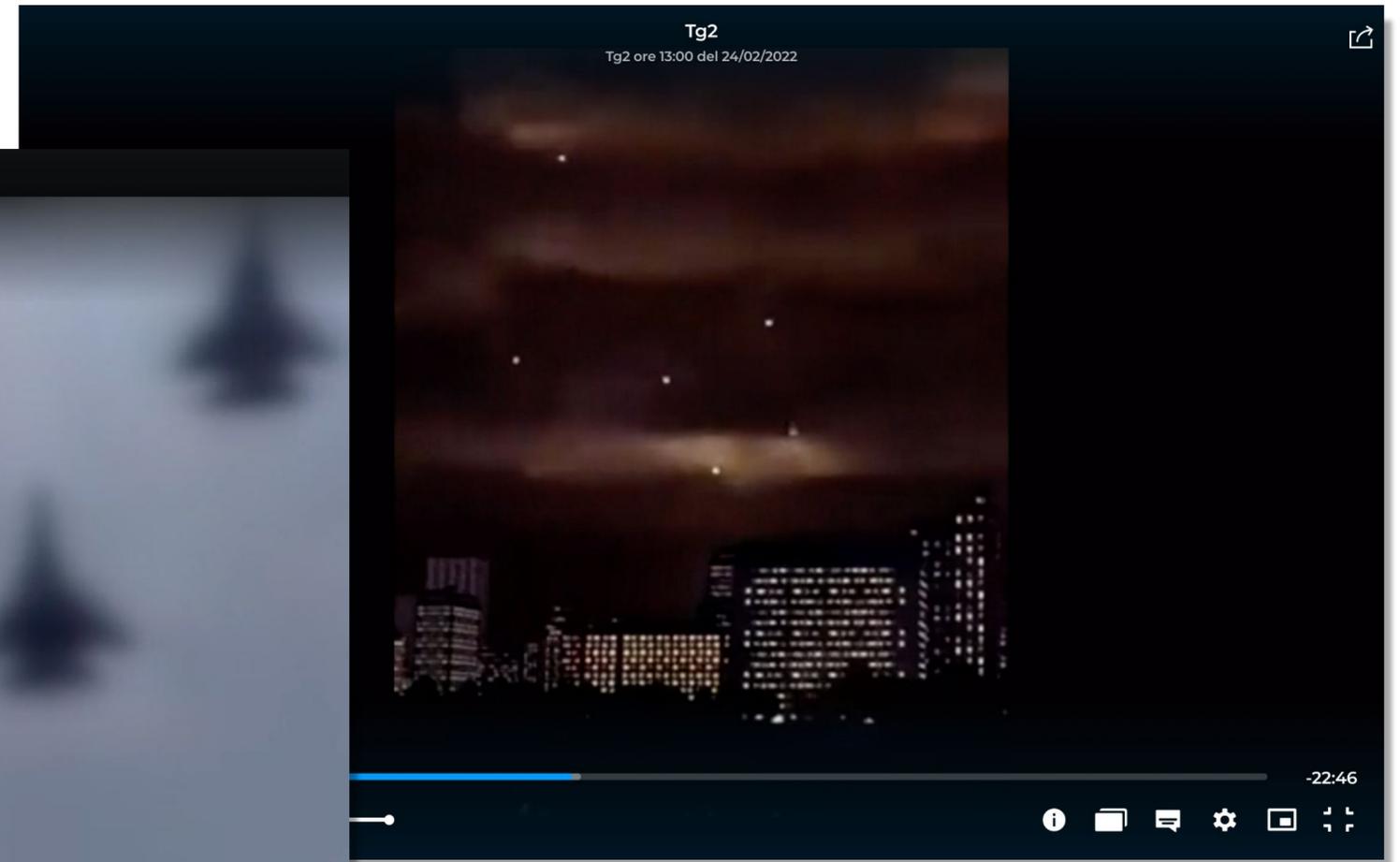
Ortigia-PR @OrtigiaP · 9 gen

@borghi_claudio @maryfagi @valy_s @molumbe @Michele_Arnese @a_meluzzi @RadioRadioWeb @BarbaraRaval @fdragoni @maiameraime @madforfree @folivet @AlbertoContri @boni_castellane @barbarab1974 @CathVoicesITA

4 6 3.080

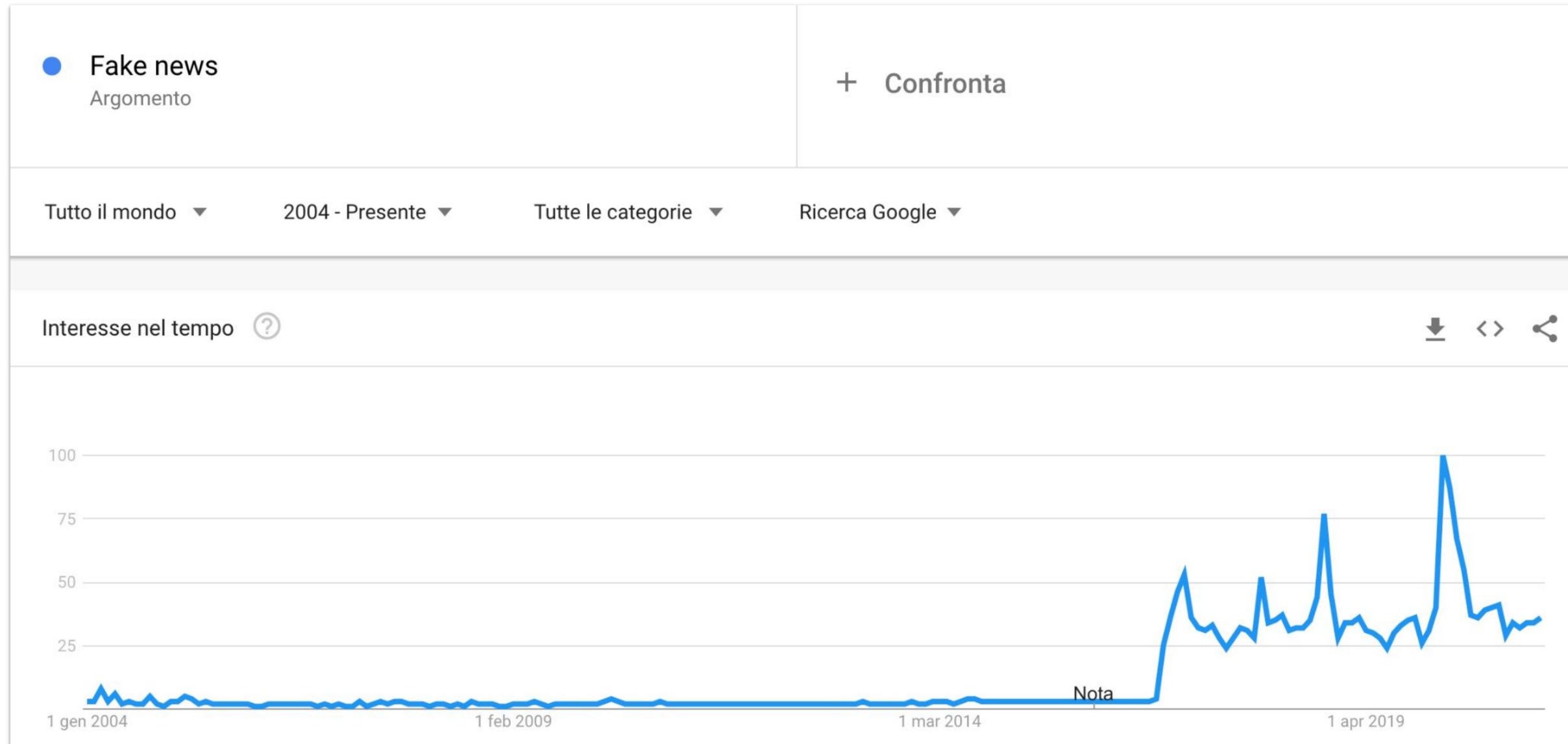
Perché parliamo di disinformazione?

Qualche **esempio**: febbraio 2022.



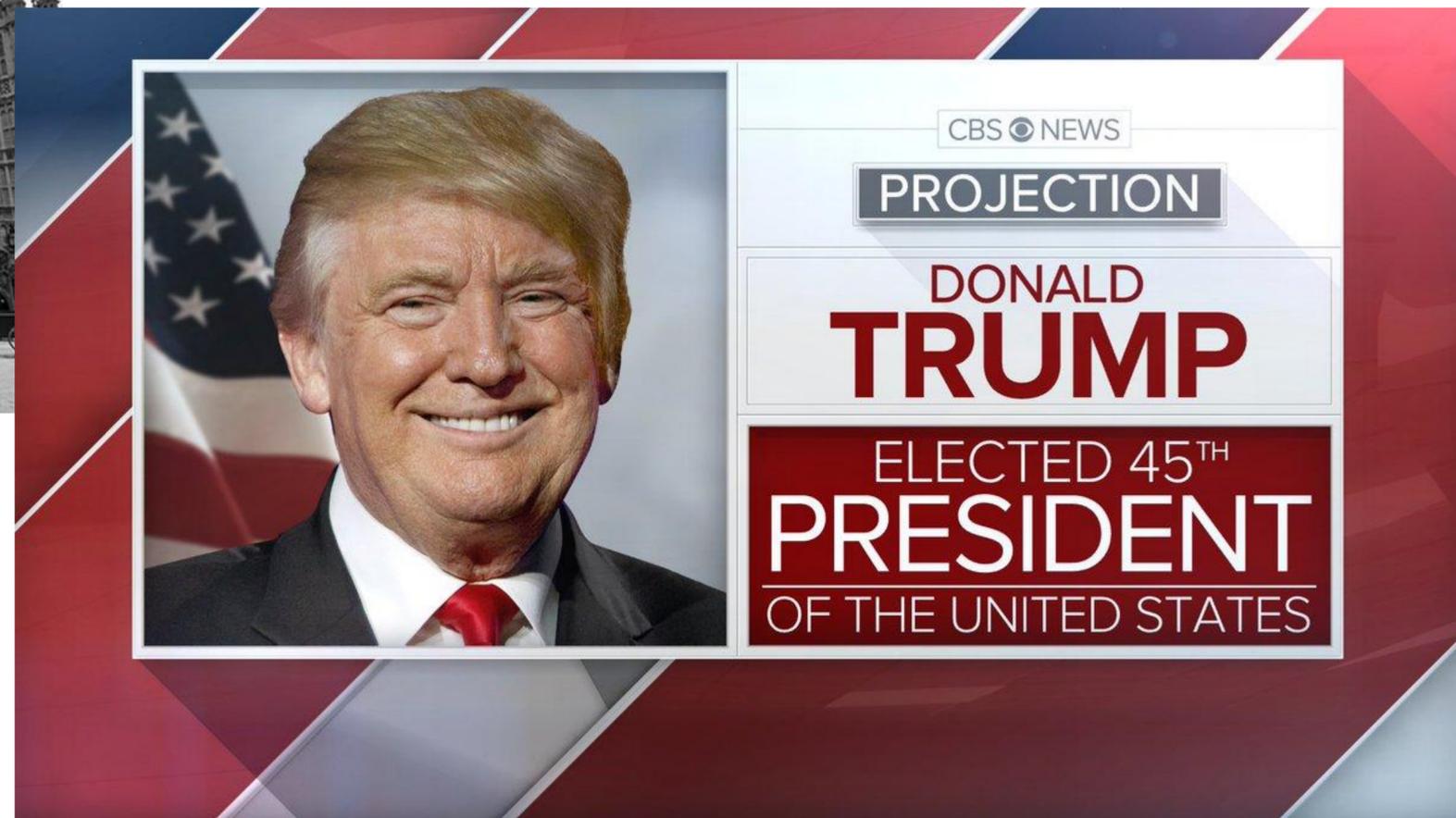
Da quando parliamo di disinformazione?

Non da molto tempo, in realtà.



Da quando parliamo di disinformazione?

L'anno fatidico.

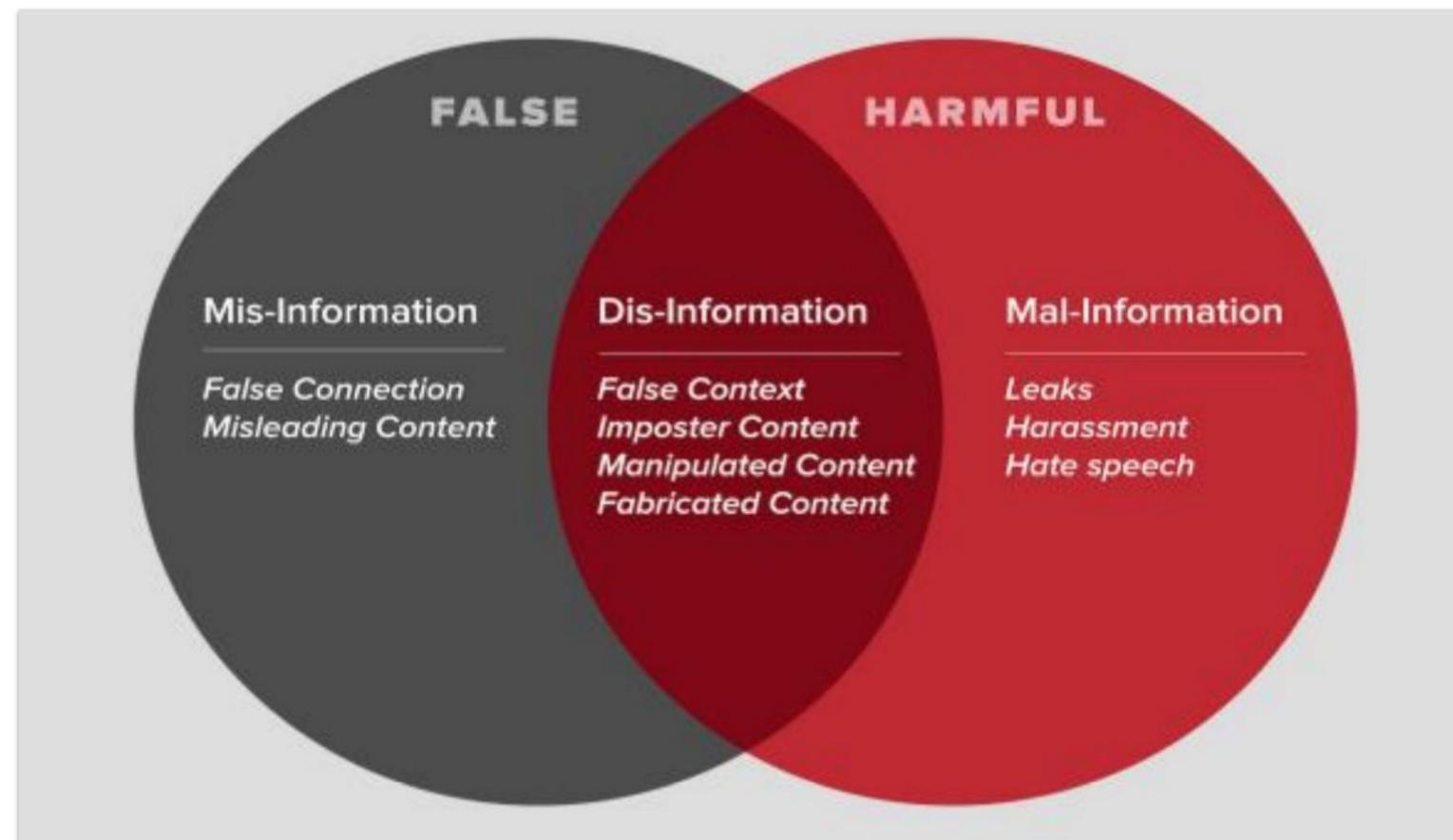




DI CHE COSA PARLIAMO

Si fa presto a dire disinformazione...

Proviamo a fare un po' d'ordine.



Si fa presto a dire disinformazione...

Ce n'è davvero per tutti i gusti.



Figure 1: 7 Types of Mis- and Dis-information (Credit: Claire Wardle, First Draft)

Inventato e no

Una ricerca e un monitoraggio recente.

Figure 2: Reconfigured vs fabricated misinformation

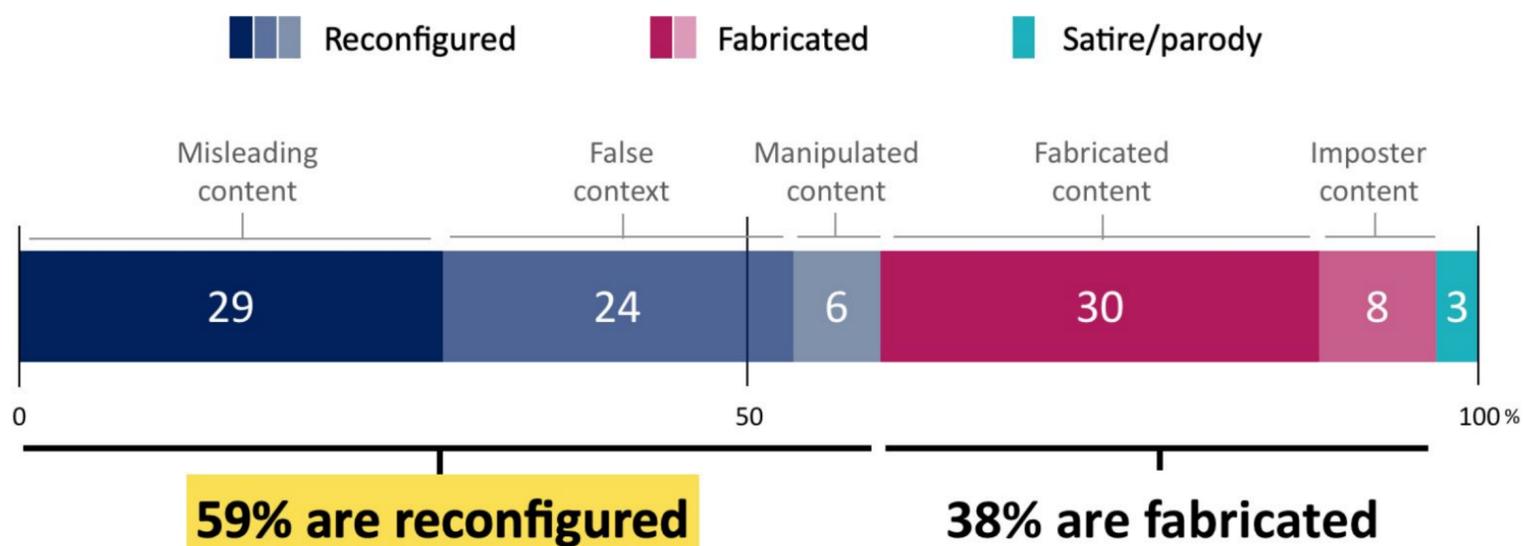


Figure 2 shows the proportion of reconfigured (N=133) and fabricated (N=86) misinformation in the sample (N=225) and the types of misinformation that constitute both reconfigured and fabricated misinformation.



AI GENERATED DISINFO INCREASES

After months of very low percentages, disinformation using content generated by AI tools increased and it was around 4% in November (57 articles out of 1.354). Even if the figure is not particularly significant from a quantitative perspective, there are some worrying developments, with false stories becoming more insidious.

Amid the false information circulated in November, some are worth highlighting: an AI-generated audio with the voice of Valerii Zaluzhnyi, head of the Ukrainian Armed Forces (see slide n. 6); AI-generated images purporting to show migrants at the Finnish border wearing expensive jackets (see slide n. 6); a deepfake of former Czech Prime Minister Andrej Babiš talking about miraculous investments; and generated images used to depict climate activists as hypocritical.

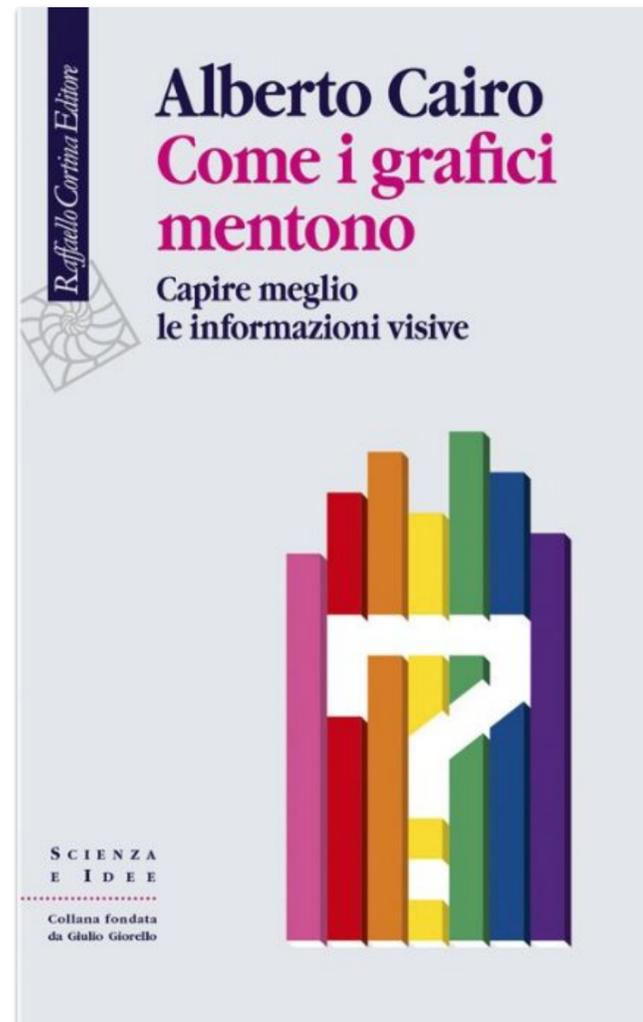


In some cases, the fact that AI-generated content is often challenging to detect confuses people and leads them to question more and more real material as being deepfakes.



Per saperne di più

Consigli di lettura.





COME SIAMO ARRIVATI FIN QUI?

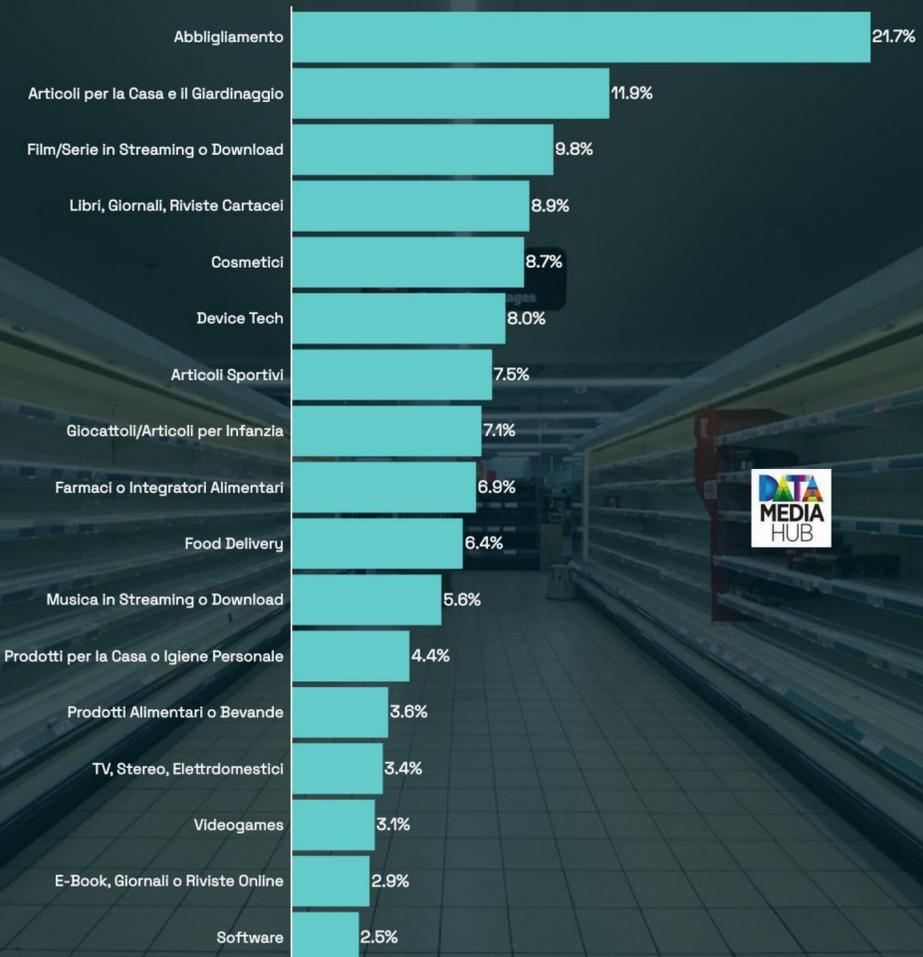
Una crisi di modelli...

Il giornalismo tradizionale non se la passa benissimo.

La Readership dei Quotidiani nel Giorno Medio



Cosa Hanno Acquistato Online gli Italiani nel 2023



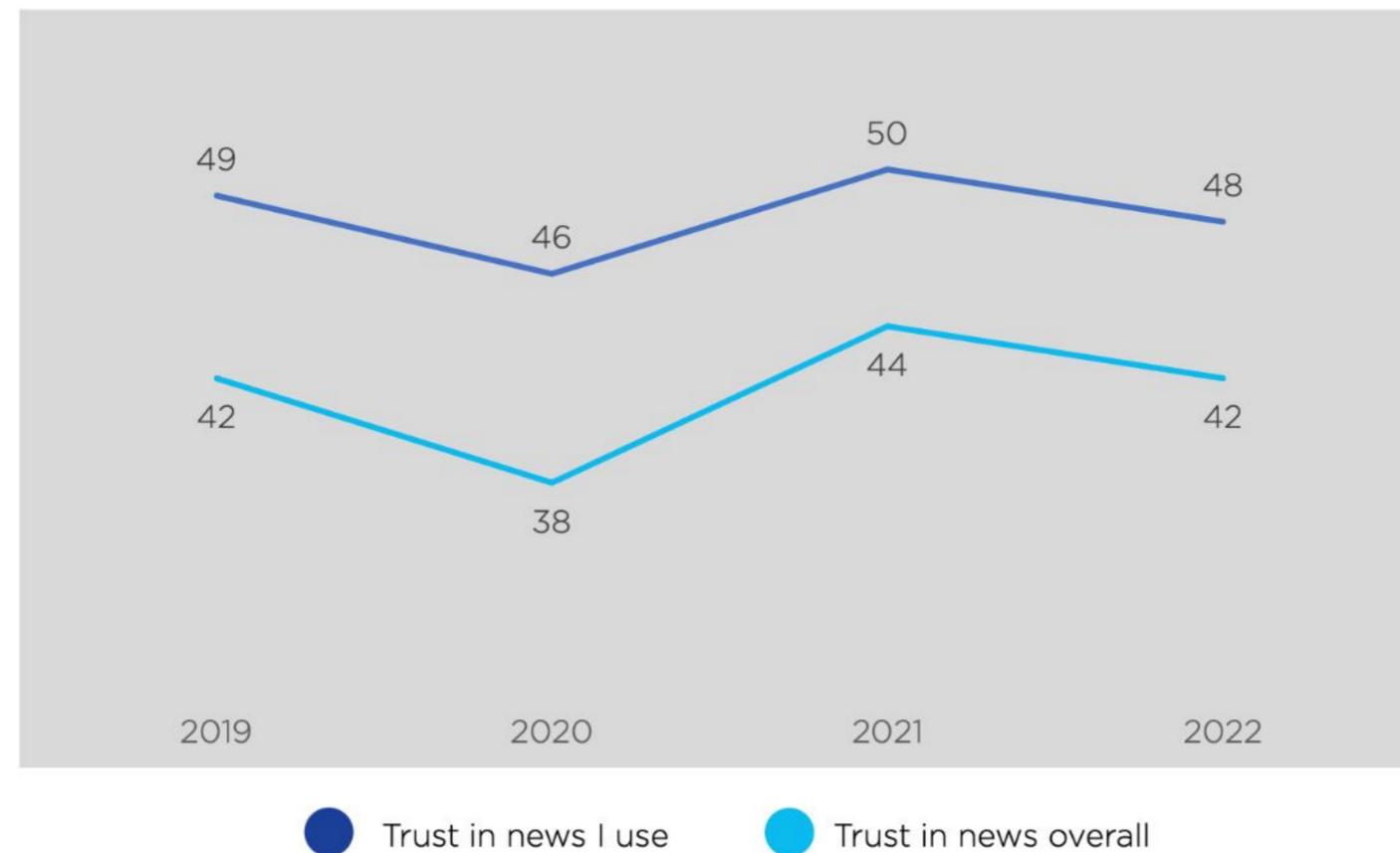
Una crisi di fiducia...

I **media** hanno un serio problema: la fiducia.

**TRUST IN NEWS
HAS DROPPED
AGAIN AFTER A
PANDEMIC PEAK**

TRUST IN NEWS WORLDWIDE

(in % of population, 2019-2022)



Una crisi di fiducia...

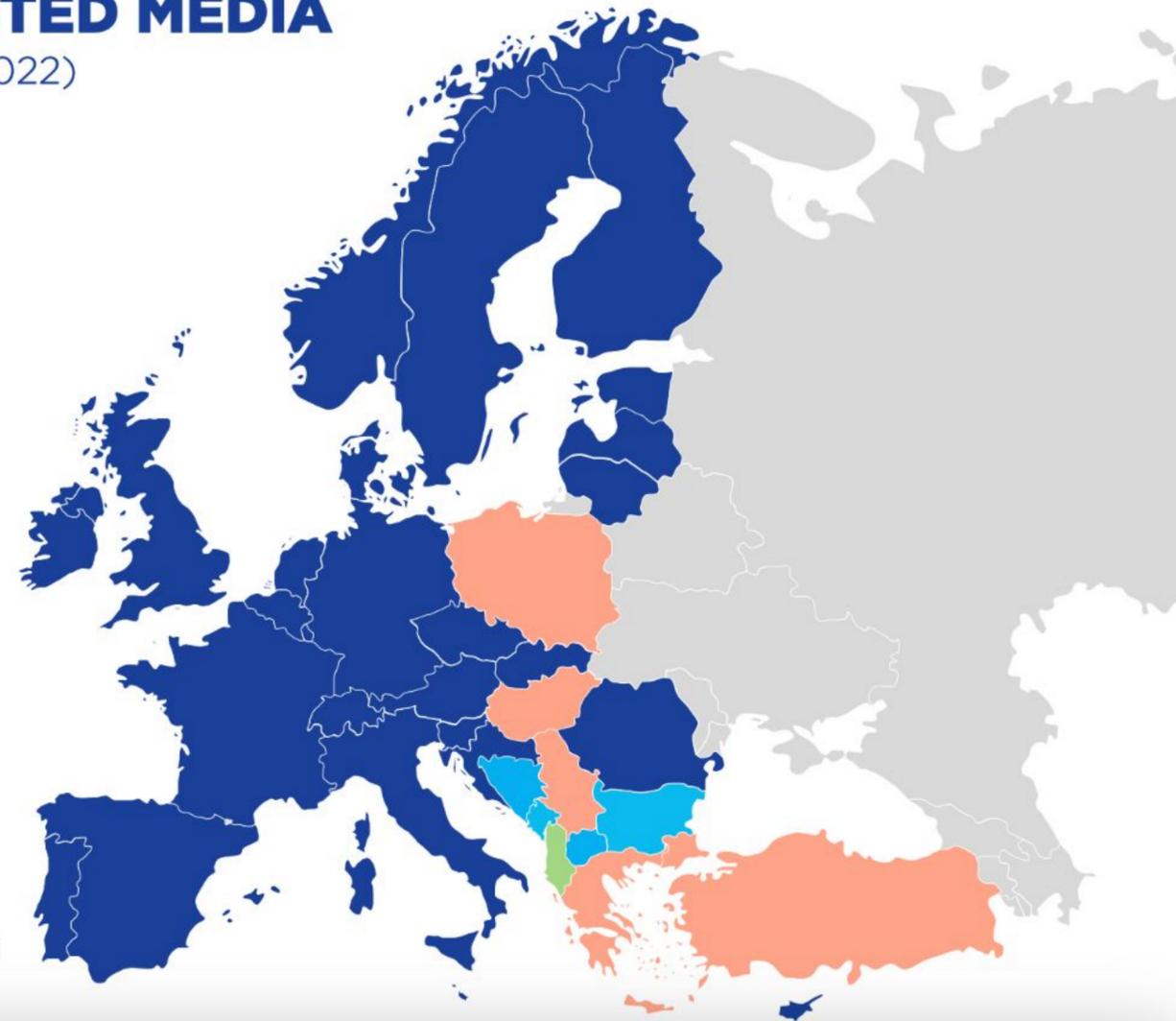
E i nuovi media anche di più.

RADIO IS THE MOST TRUSTED MEDIUM ACROSS EUROPE

MOST TRUSTED MEDIA

(Net Trust Index 2022)

- Radio
- TV
- Written press
- Internet
- Social networks
- Country not included



Una crisi di fiducia...

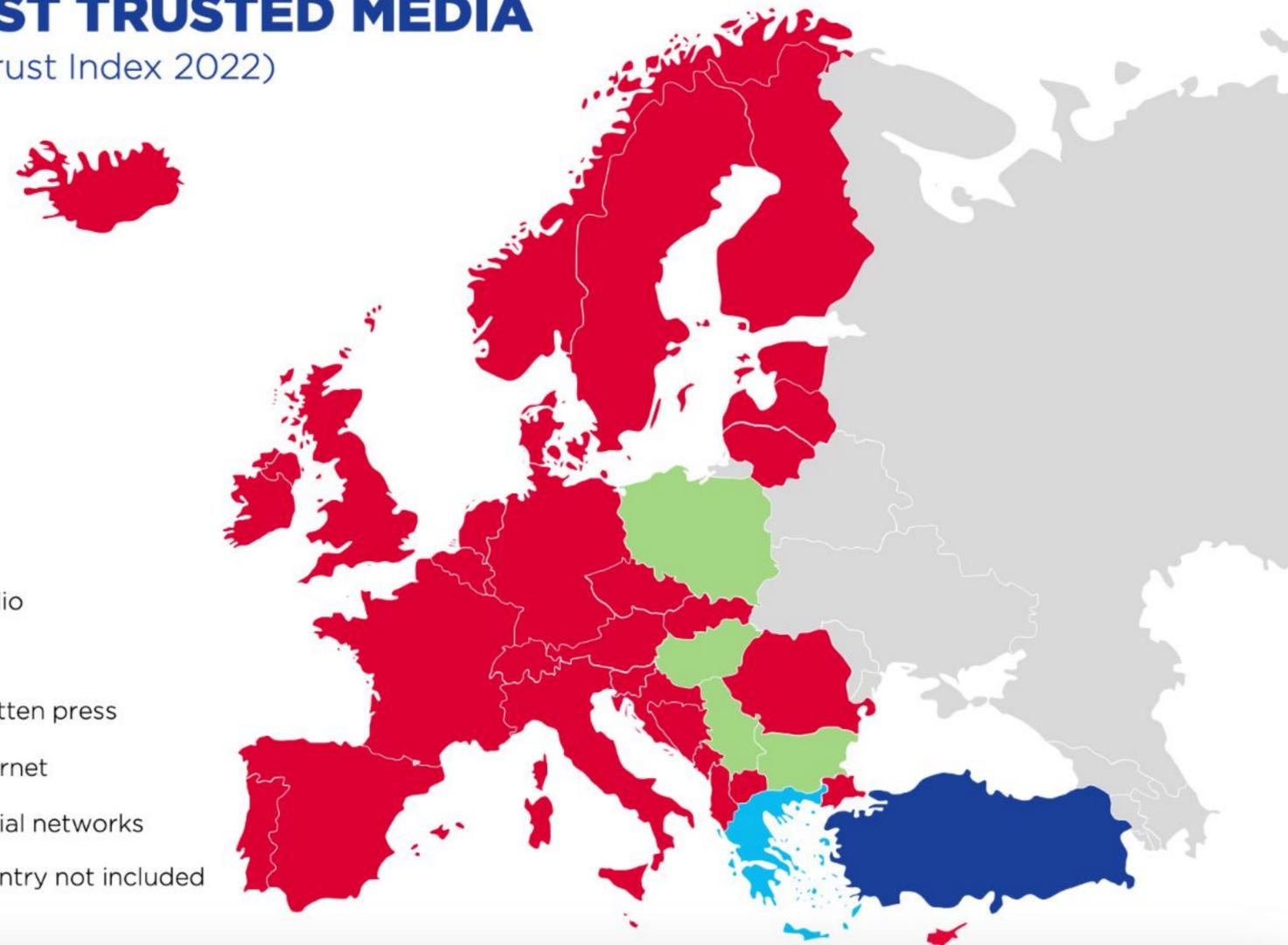
E i nuovi media anche di più.

SOCIAL NETWORKS ARE BY FAR LEAST TRUSTED

LEAST TRUSTED MEDIA

(Net Trust Index 2022)

- Radio
- TV
- Written press
- Internet
- Social networks
- Country not included



I meccanismi dei social network

Alcuni modi di funzionamento dei social network non aiutano.

- Più un'informazione è **ripetuta**, più ci appare **vera**.
- La **credibilità** è rafforzata dalle reazioni positive, diminuita da quelle negative;
- Gli algoritmi ci espongono a contenuti con cui siamo d'accordo (***filter bubbles***);
- Si aiuta la **polarizzazione** degli utenti (meno discussioni con chi è in disaccordo).

I fatti non sempre cambiano le opinioni

Ci sono anche **pregiudizi cognitivi** che contribuiscono.

- **Ragionamento motivato**: tendenza a giungere a **conclusioni** sulla base di **prove** che corrispondono a **convinzioni preesistenti**.
 - Resistenza a prove contrarie; adozione delle favorevoli.
 - Rifiuto delle prove provenienti dalla **fazione opposta** anche a costo di **negare l'evidenza**.
 - Più forte in **chi è più informato**.

L'analfabetismo emozionale

Più siamo preoccupati per qualcosa, più ci sembra **importante**. I motivi:

- Rapporto difficile con i **numeri**;
- Ci concentriamo sulle **informazioni negative** (*negativity bias*);
- Difficoltà a notare i miglioramenti lenti, impressione di un peggioramento, idealizzazione del passato.

Per quanto di tua conoscenza, qual è la percentuale di immigrati sul totale della popolazione in Italia?

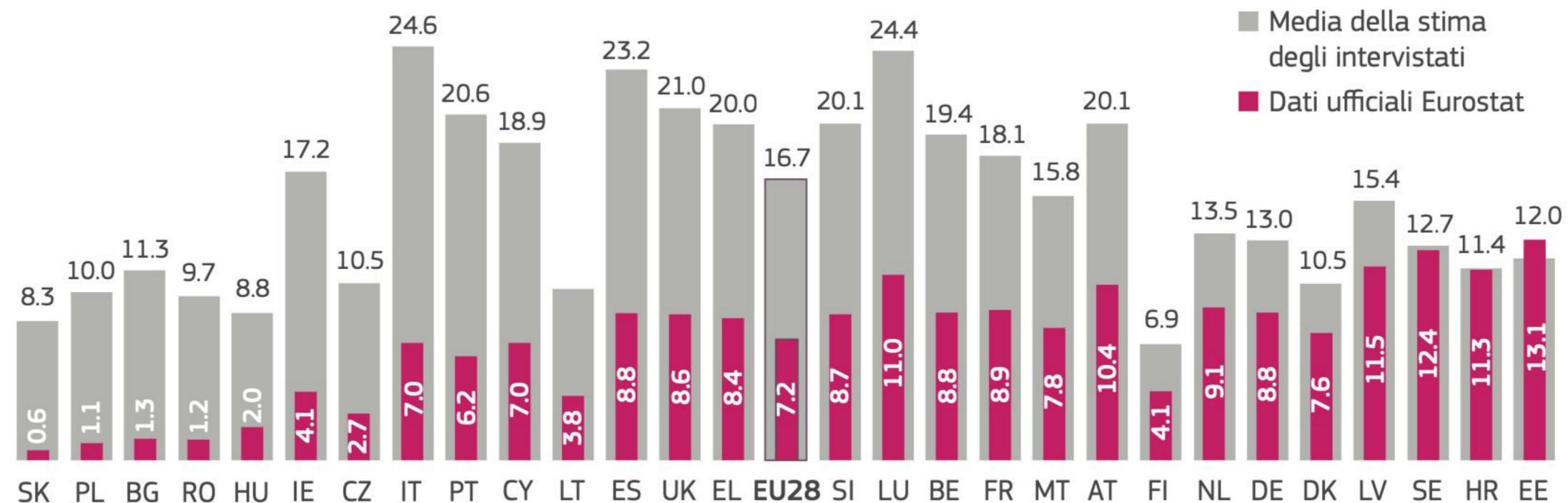


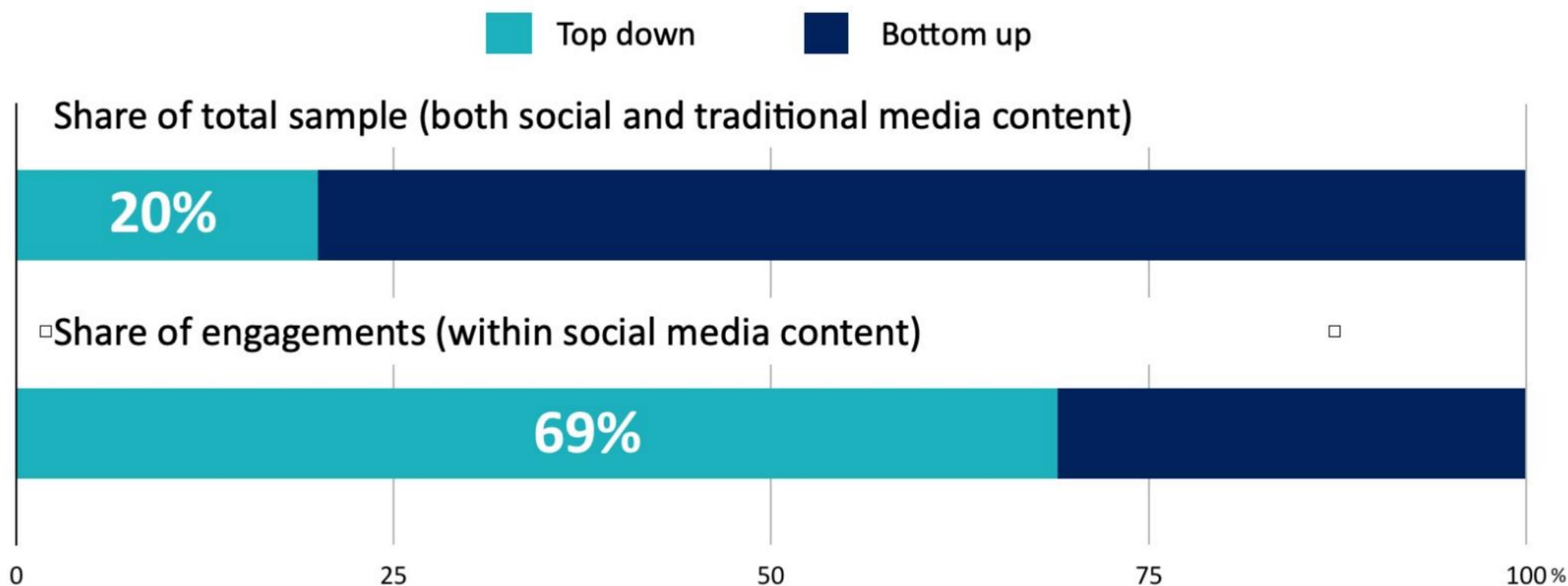
Figura 2: Percentuale di immigranti reale e percepita rispetto alla popolazione totale (%)

Fonte: Eurostat, 2018

Chi **diffonde** la disinformazione?

Da grandi poteri etc. etc.: la teoria dei “superspreaders”

Figure 3: Top-down vs bottom-up misinformation



The **first bar** shows the share of content that was produced or shared by prominent persons in the whole sample (N=225).

The **second bar** shows the percent of total social media engagements of content from prominent persons out of the sub-sample of social media posts with available engagement data (N=145).

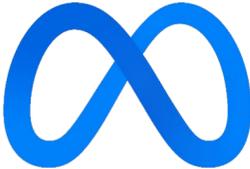
Che cosa fanno le piattaforme?

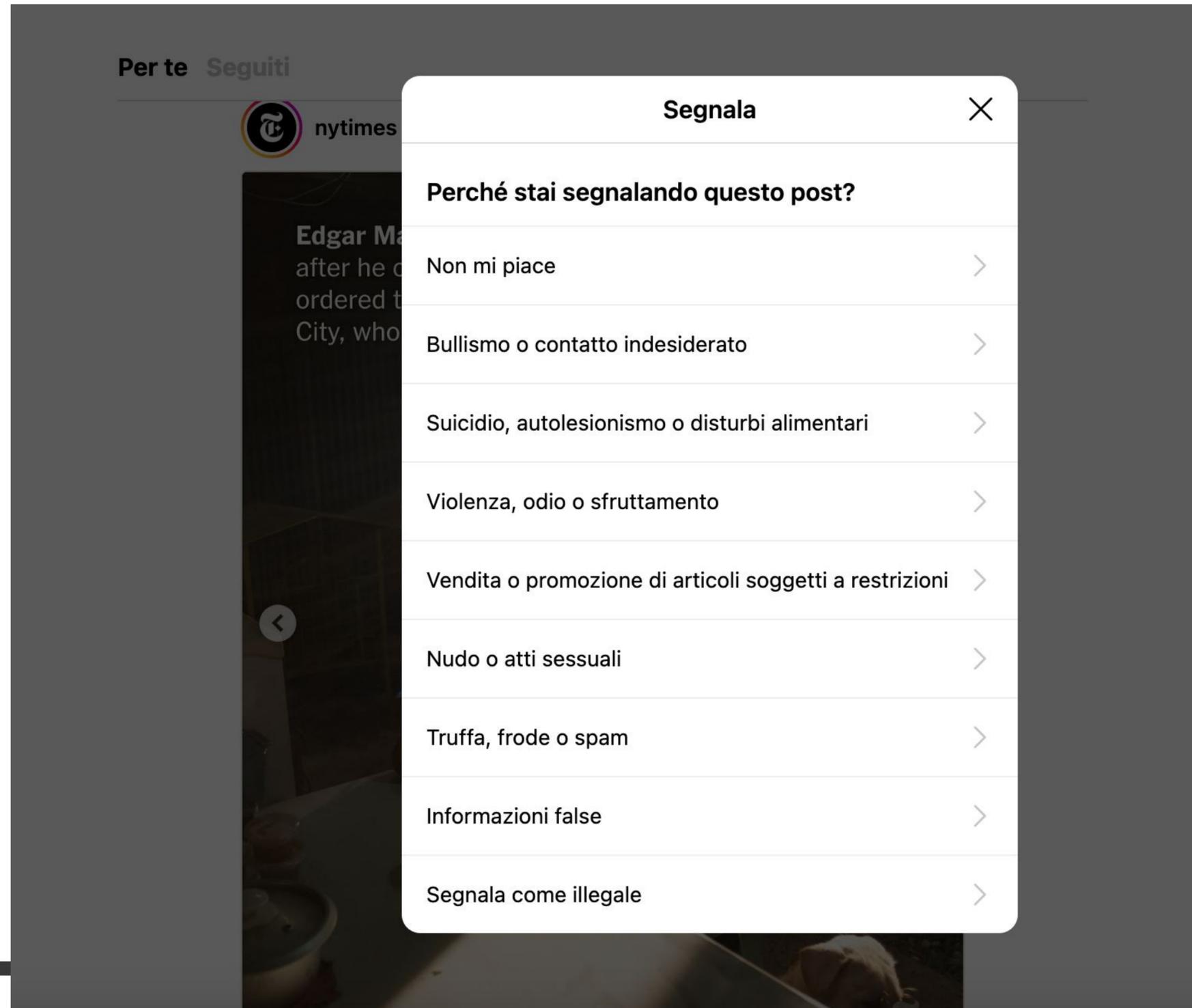


Il programma di fact-checking indipendente di Meta

Come lavorare con fact-checker indipendenti certificati IFCN che individuano, controllano e valutano la disinformazione virale su Facebook, Instagram e WhatsApp.

Che cosa fanno le piattaforme?

 Meta



Che cosa fanno le piattaforme?



Le note suggeriscono delle informazioni contestuali da mostrare insieme al post



● **Necessita di ulteriori valutazioni** 1h · [Visualizza dettagli](#)

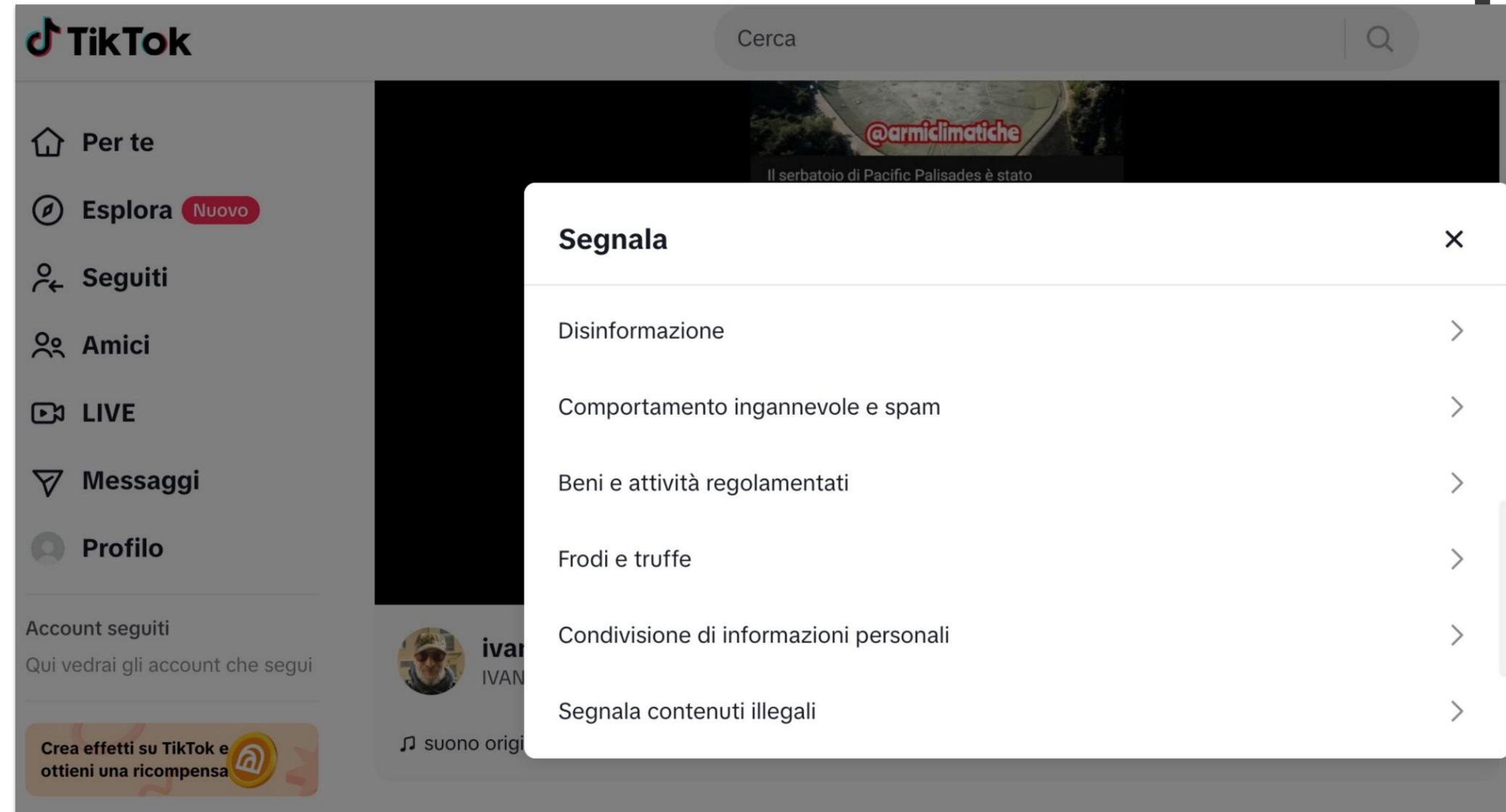


🔒 Non visibile su X

Il ruolo di vice capo dei vigili del fuoco della California viene svolto da Anale Burlew, una donna. Il video mostra, invece, un ballerino. Il ballerino si chiama Kouadio Davis e fa parte di una compagnia di balletto di New York.

<https://www.open.online/2025/01/14/falso-video-vice-capo-vigili-fuoco-california-fc/>

Che cosa fanno le piattaforme?



Un esempio recente



<https://bit.ly/md-ex-01>

Un esempio recente

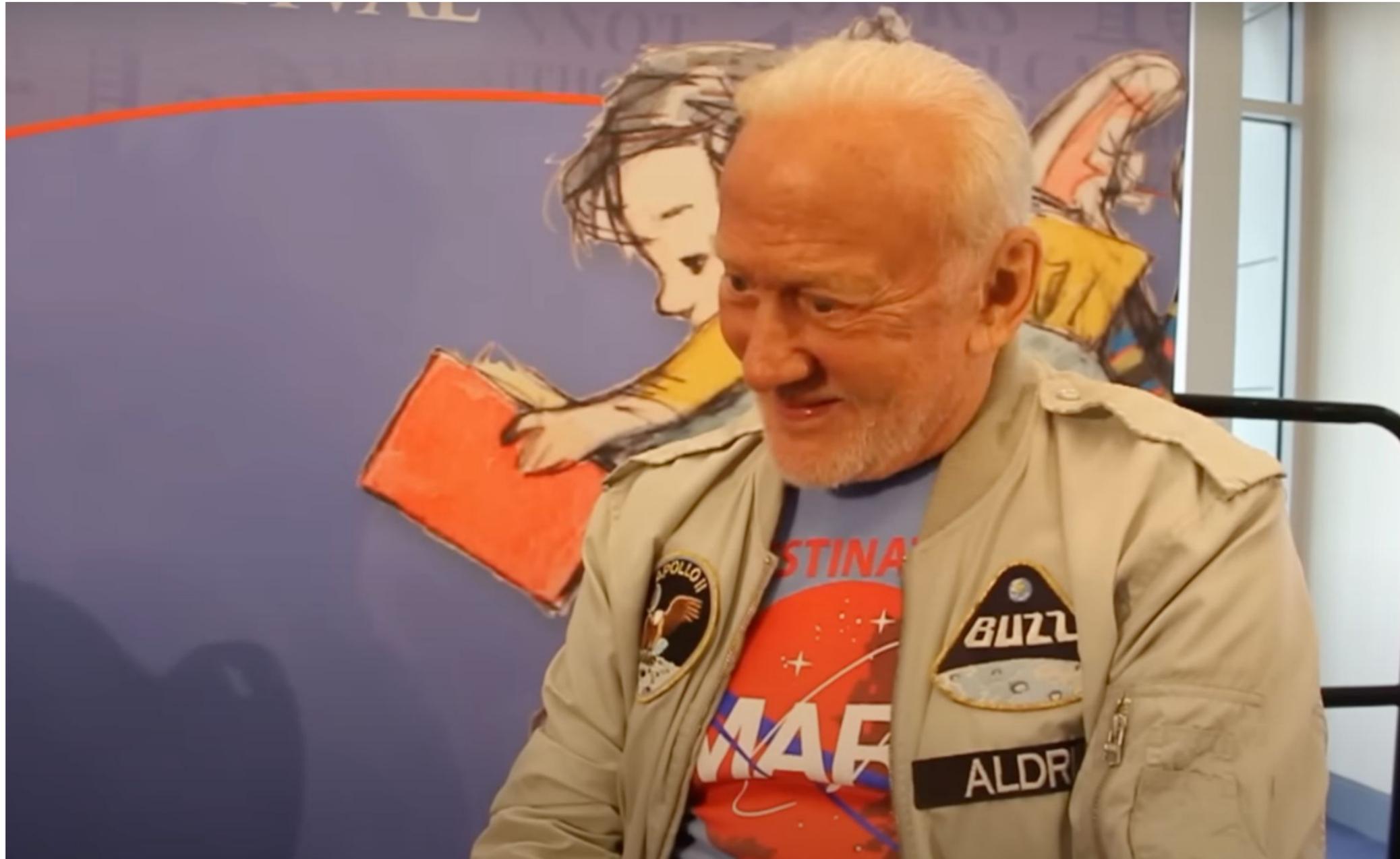


Un esempio recente



Oxford, 6 giugno 2015

Un esempio recente



Washington (D.C.), 15 settembre 2015

Un esempio recente

2002

72-year-old Buzz Aldrin punches a moon landing conspiracy theorist in the face



Photo Credit: NASA

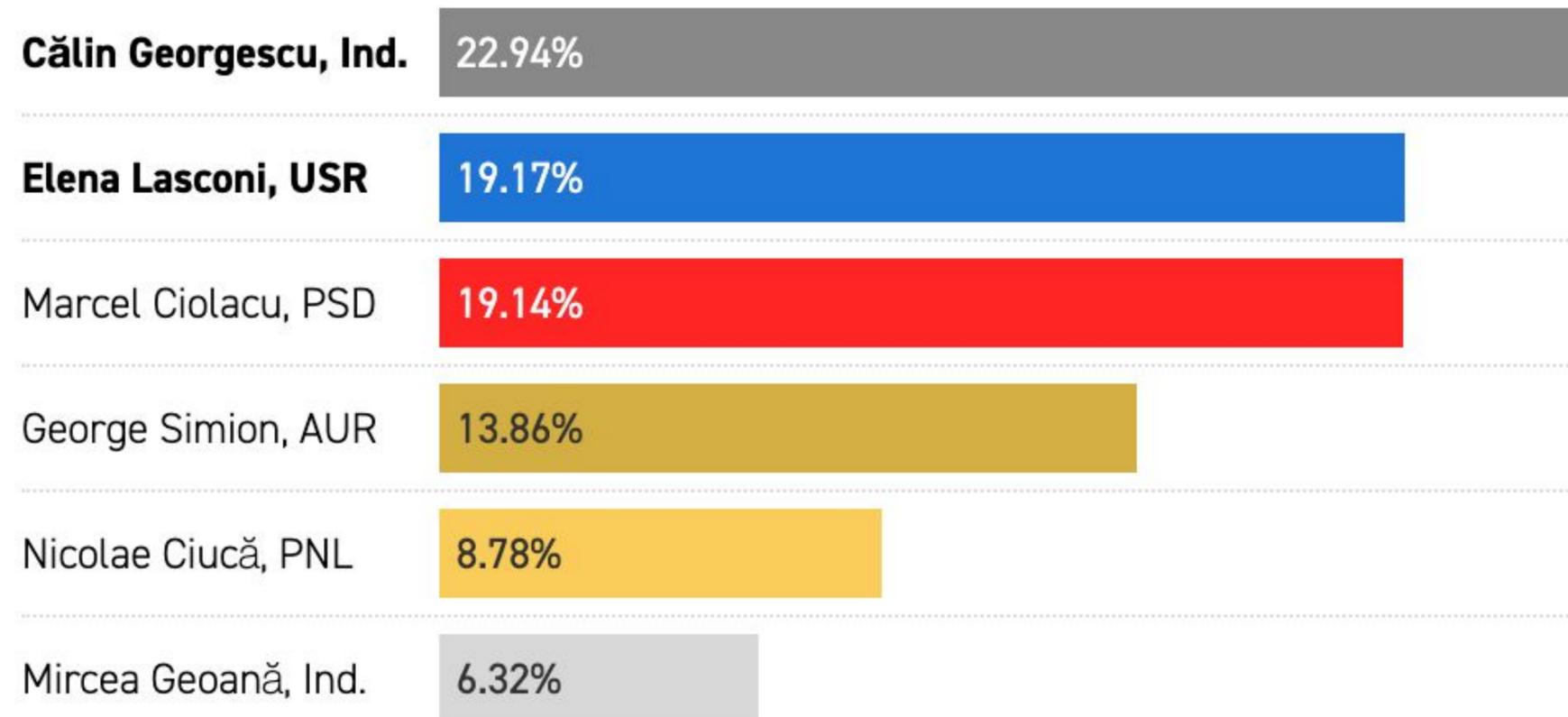


CHE COS'È UNA CAMPAGNA COORDINATA?

Il caso della Romania

Novembre-dicembre 2024

Risultato del primo turno delle elezioni presidenziali, 24 novembre 2024.



Il caso della Romania

Novembre-dicembre 2024

Comunicato della presidenza della Repubblica, 4 dicembre 2024.



The screenshot displays the official website of the Romanian Presidency. The header includes social media icons (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Email, LIVE), the text 'Președintele României', and language options 'Arhivă', 'RO', and 'EN'. The main navigation bar contains 'ACASĂ', 'PREȘEDINTE', 'ADMINISTRAȚIA PREZIDENȚIALĂ', 'ANGAJAMENTE', 'MEDIA', and 'CONTACT'. The page title is 'Comunicat de presă'. The main content area features a date '04 decembrie 2024' and a paragraph stating that President Klaus Iohannis has agreed to the declassification of documents requested by the Romanian Intelligence Service, the External Intelligence Service, and the Ministry of Internal Affairs. It also mentions that the decision was transmitted to various institutions including the Supreme Council of the Judiciary, the Ministry of Justice, and the National Authority for Administrative and Regulatory Communication. A list of links to declassified documents is provided at the bottom of the text area. On the right side, there is a 'Înapoi la' button and social media sharing options for Facebook, Twitter, and Email.

Președintele României, Klaus Iohannis, a fost de acord cu declasificarea, potrivit legii, la solicitarea instituțiilor emitente, a informațiilor prezentate de Serviciul Român de Informații, Serviciul de Informații Externe și Ministerul Afacerilor Interne în cadrul ședinței Consiliului Suprem de Apărare a Țării, din data de 28 noiembrie 2024.

Totodată, precizăm că Hotărârea adoptată de membrii CSAT în ședința din data de 28 noiembrie 2024 a fost transmisă, la finalul ședinței, Serviciului Român de Informații, Serviciului de Informații Externe, Ministerului Afacerilor Interne, Serviciului de Telecomunicații Speciale, Autorității Electorale Permanente, Biroului Electoral Central, Parchetului de pe lângă Înalta Curte de Casație și Justiție, Ministerului Justiției și Autorității Naționale pentru Administrare și Reglementare în Comunicații pentru a întreprinde de urgență demersurile necesare, conform competențelor legale, în vederea clarificării aspectelor prezentate în ședința CSAT.

Vă prezentăm în anexă documentele declasificate:

- [Document CSAT Ministerul Afacerilor Interne](#)
- [Document CSAT Serviciul de Informații Externe](#)
- [Document CSAT Serviciul Român de Informații I](#)
- [Document CSAT Serviciul Român de Informații II](#)
- [Document CSAT Serviciul de Telecomunicații Speciale](#)

Il caso della Romania

Novembre-dicembre 2024

Documenti desecretati delle autorità rumene, 4 dicembre 2024.

I. Utilizarea TikTok pentru creșterea notorietății lui Călin GEORGESCU

Ascensiunea acestuia în sondajele de opinie a fost determinată de o **campanie coordonată** de creștere a popularității, **amplificată cu 2 săptămâni înainte** de data scrutinului, în special **pe platforma TikTok**, care a reușit să îi asigure victoria în primul tur, cu 22,94%.

Călin GEORGESCU se afla la un nivel de notorietate foarte scăzut cu câteva săptămâni înainte de scrutin. În sondaje din perioada 30 octombrie - 5 noiembrie asupra intenției de vot, candidatul Călin GEORGESCU era cotelat la sub 1%. În sondaje din perioada **15-20 noiembrie**, acesta a fost clasat pe **locul 6**, cu **6.2%** intenție de vot, iar la **20-21 noiembrie**, sondajele îl cotelau pe Călin GEORGESCU la **10.6%**.



În România, campania de promovare a celor 3 hashtag-uri (*#echilibrusiverticalitate*, *#prezidentiale2024*, *#unliderpotrivitpentrumine*) a fost inițiată prin intermediul aplicației [REDACTED] de către agențiile [REDACTED]. Scopul prezentat al campaniei viza creșterea nivelului de conștientizare cu privire la importanța participării la vot.

Interval orar (ora României)	Număr PV-uri
înainte de 21	64
21-22	3463
22-23	9780
23-24	3847
0-1	1172
1-2	727
2-3	458
3-4	229
5-6	69
6-7	41
7-8	32
4-5	148
după 8	29
TOTAL	20059

Toate versiunile proceselor-verbale fotografiate în secțiile de votare, scanate sau generate de sistem au fost publicate pe site-ul prezenta.roaep.ro.

Il caso della Romania

Novembre-dicembre 2024

Informazioni raccolte dalle autorità rumene:

- circa **25.000 account pro-Georgescu** si sono attivati su TikTok solo due settimane prima del voto;
- intermediari hanno reclutato **influencer** per partecipare alla campagna:
 - pagati circa 80€ per post per ogni 20.000 follower
- promozione di **hashtag specifici** (“equilibrio e verticalità”)

→ **Annullamento del primo turno delle elezioni il 6 dicembre 2024, con nuove elezioni previste per maggio 2025**

Nuovi esempi

[Startseite](#)[Themen](#)[Faktencheck](#)[Projekte](#)[Über uns](#)[Newsletter](#)[UNTERSTÜTZEN](#)

FACT-CHECKING

Influence operation exposed: How Russia meddles in Germany's election campaign

A CORRECTIV investigation has uncovered that a Russian disinformation campaign established around 100 fake websites ahead of Germany's general election. Their purpose: to influence the election campaign due to take place in February. In several cases, these sites have already been used to discredit German politicians.

von [Alexej Hock](#), [Max Bernhard](#), [Till Eckert](#), [Sarah Thust](#)

24. January 2025

Grazie dell'attenzione
Q&A

Pagella Politica

www.pagellapolitica.it

Tw: @PagellaPolitica

Fb: Facebook.com/PagellaPolitica

Instagram: pagellapolitica

Email: contatti@pagellapolitica.it

Facta.news

www.facta.news

Tw: @FactaNews

Fb: Facebook.com/Facta.News

Instagram: facta.news

Email: contatti@facta.news

Giovanni Zagni

g.zagni@pagellapolitica.it