

L'Aquila Film Festival

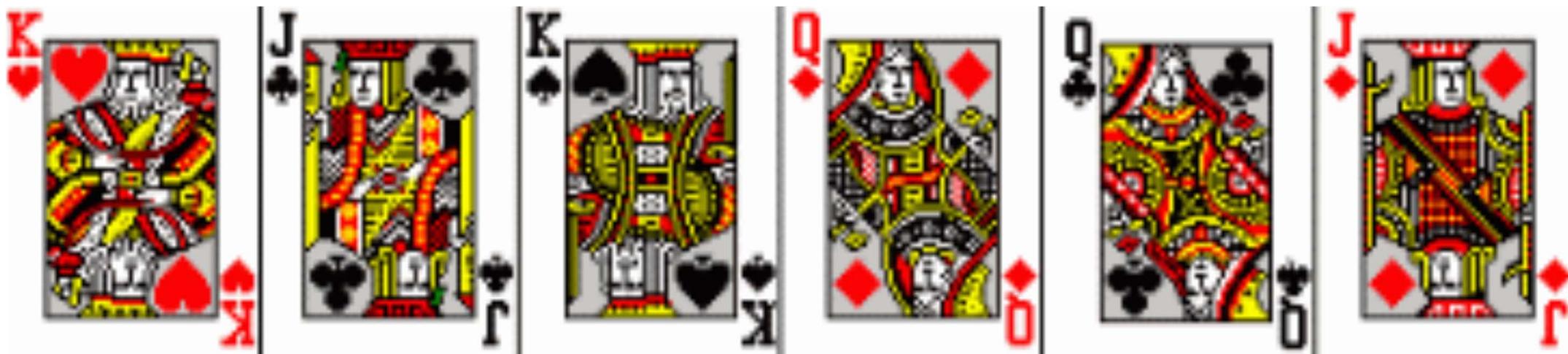
L'Aquila, Auditorium del Parco
8-18 Dicembre 2015



La manipolazione dell'informazione nell'era di internet

L'Aquila, 10 dicembre 2015

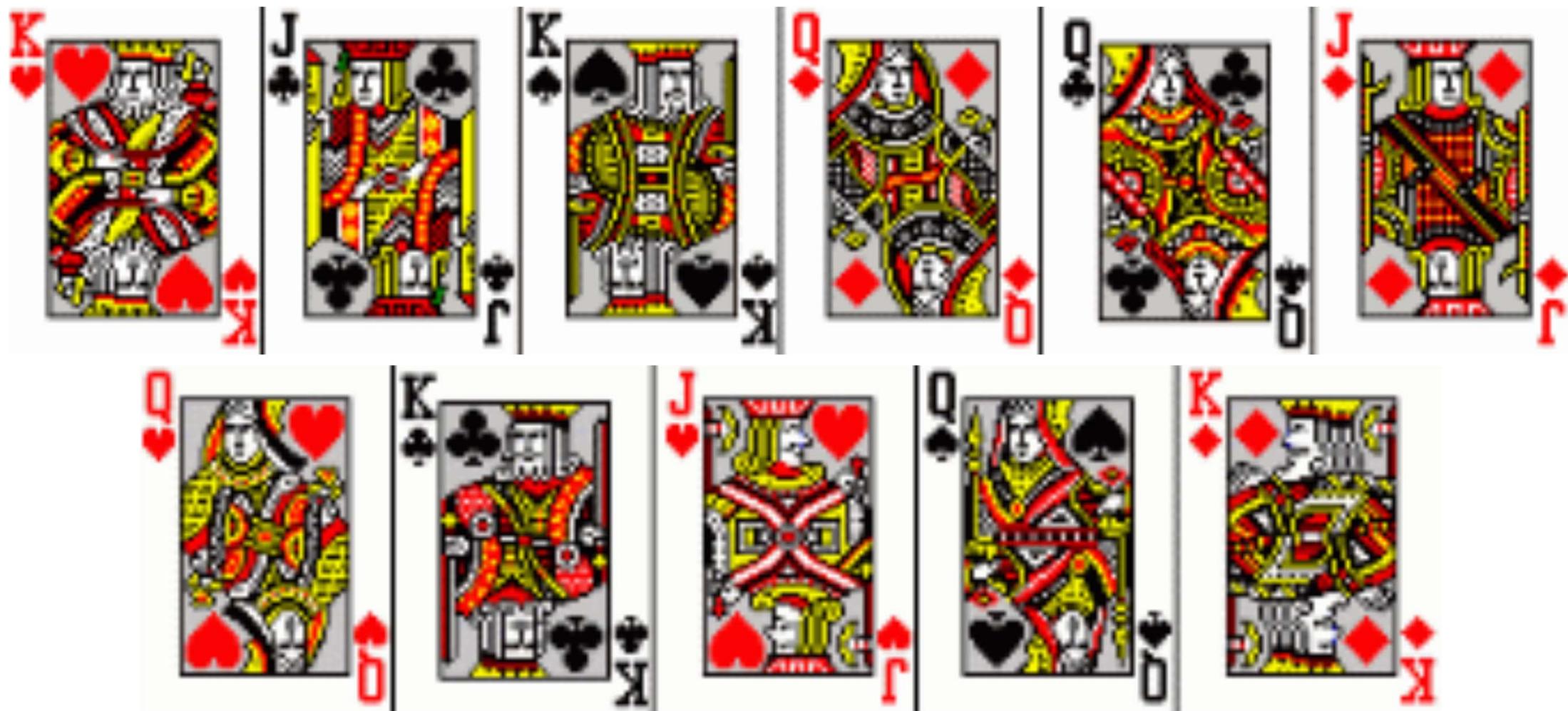
La percezione



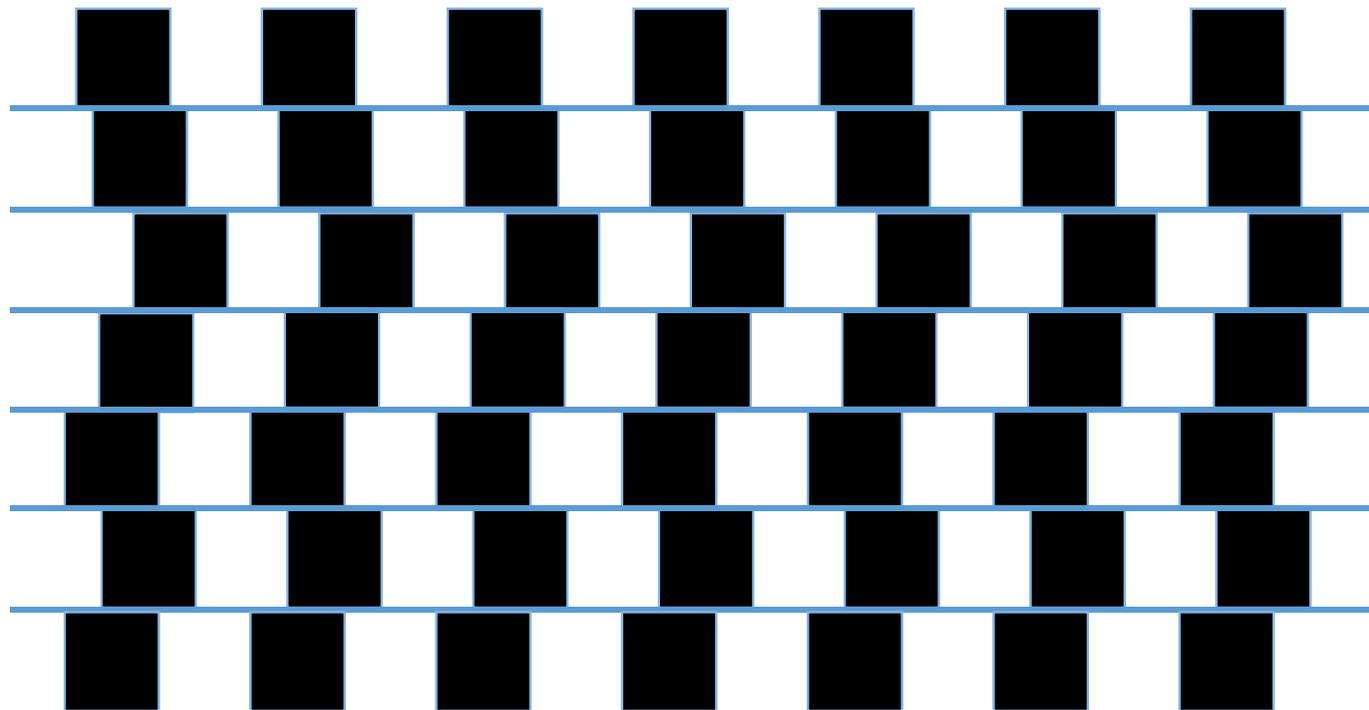
La percezione



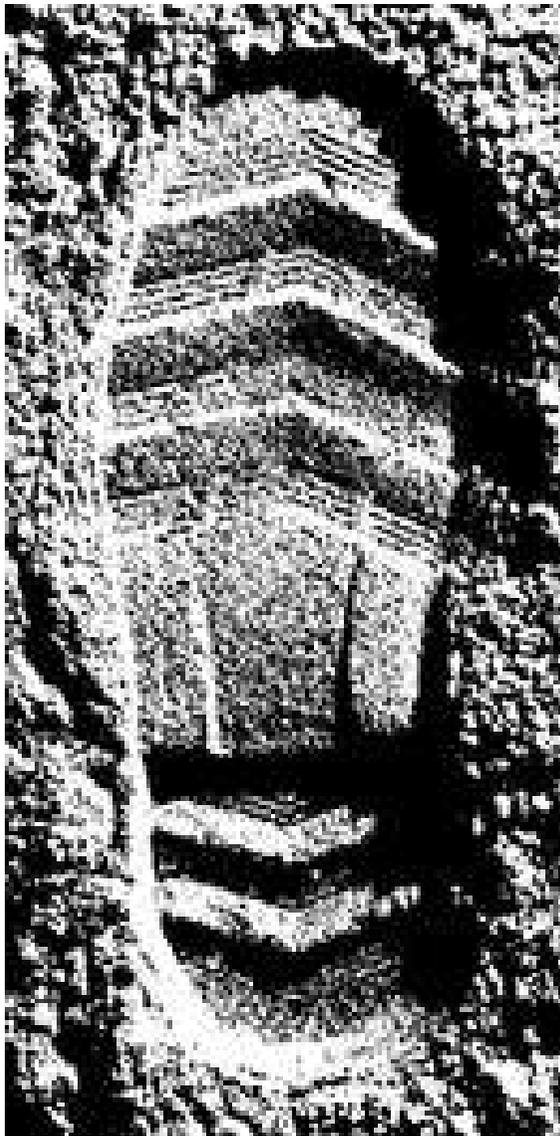
La percezione



La percezione



La percezione

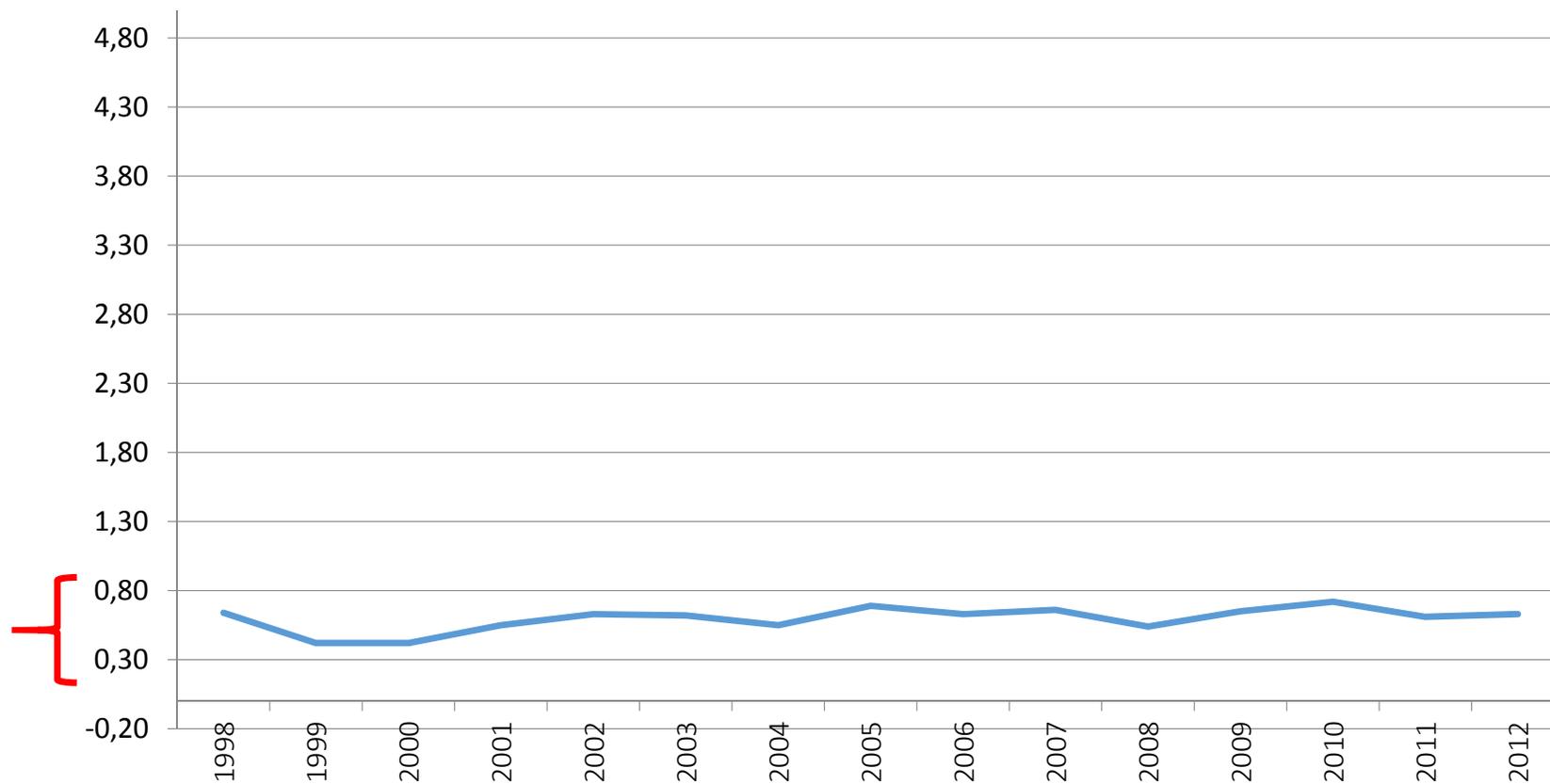


Anche i dati statistici possono essere manipolati

- Inganno delle **medie**
- Inganno delle **parole**
- Inganno dei **grafici**
- Inganno della **ripetizione**
- Inganno delle **proiezioni**
- Inganno delle **percentuali**

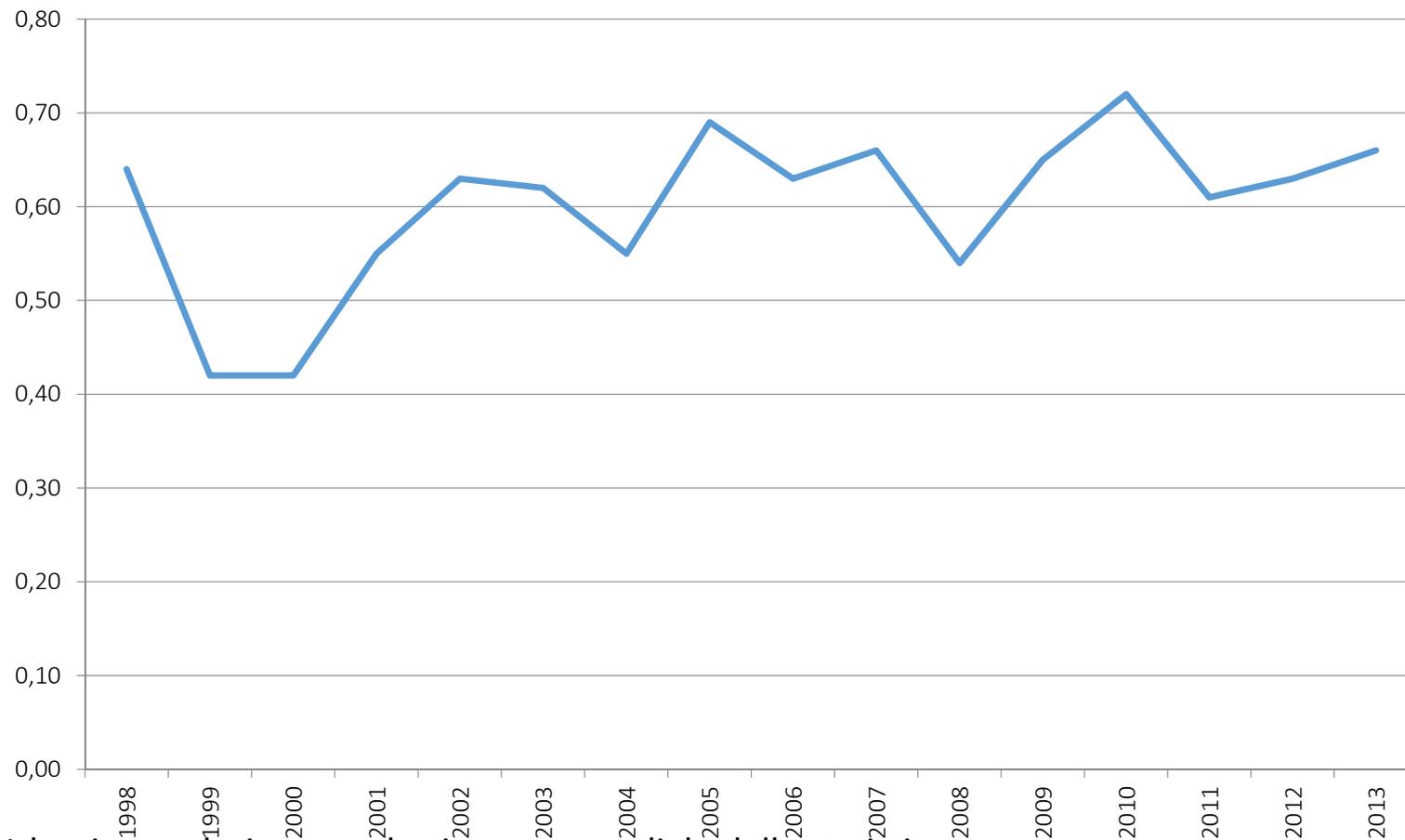
Dott.ssa Tiziana Valentino : relazione per la giornata mondiale della statistica

Andamento nel tempo di un fenomeno



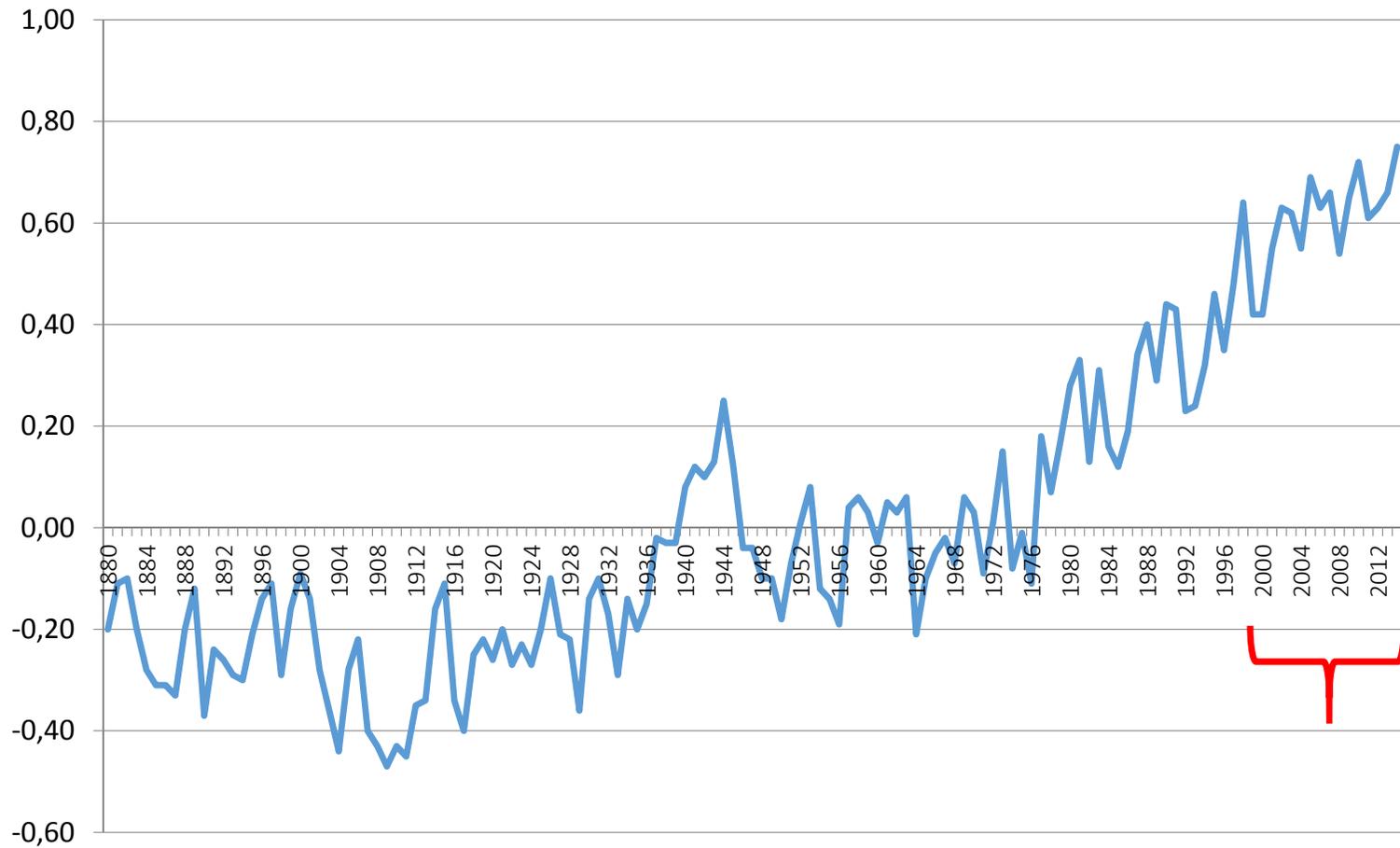
Dott.ssa Tiziana Valentino : relazione per la giornata mondiale della statistica

Andamento nel tempo dello stesso fenomeno cambiando l'ordine di grandezza l'asse delle y



Dott.ssa Tiziana Valentino : relazione per la giornata mondiale della statistica

Andamento dello stesso fenomeno sul lungo periodo



Dott.ssa Tiziana Valentino : relazione per la giornata mondiale della statistica

Inganno delle percentuali

Per capire bene la realtà dei fatti è bene non fidarsi solo delle percentuali, ma conoscere il valore assoluto su cui vengono calcolate.

Ad esempio

- Il sig. Bianchi e il sig. Rossi hanno avuto una proposta di lavoro.
A Bianchi offrono l'1% dell'incasso
A Rossi offrono il 10% dell'incasso

Dott.ssa Tiziana Valentino : relazione per la giornata mondiale della statistica

Indicatori censimento agricoltura 2010

		
AUMENTA IL NUMERO DI GRANDI AZIENDE CON SAU >= A 30 ETTARI	↑ +64,72%	↑ +16,91%
AUMENTA LA SUPERFICIE DI TERRENO INVESTITA A OLIVO	↑ +6,97%	↑ +5,34%
AUMENTA IL NUMERO DI AZIENDE CON TERRENI IN AFFITTO O USO GRATUITO	↑ +39,35%	↑ +28,27%
AUMENTA LA SUPERFICIE AGRICOLA MEDIA PER AZIENDA	↑ +21,24%	↑ +34,56%
AUMENTA LA SUPERFICIE DI TERRENI INVESTITI A PRATI PERMANENTI E PASCOLI	↑ +13,65%	↑ +0,57%
DIMINUISCE IL NUMERO TOTALE DI AZIENDE AGRICOLE	↓ -12,78%	↓ -32,3%
DIMINUISCE LA SUPERFICIE DI TERRENI INVESTITI A FRUTTETI	↓ -35,21%	↓ -13,3%
DIMINUISCE LA MANODOPERA FAMILIARE	↓ -32%	↓ -28%
DIMINUISCE LA SUPERFICIE DI TERRENI INVESTITI A VITE	↓ -6,89%	↓ -7,39%
DIMINUISCONO GLI ORTI FAMILIARI PER AUTOCONSUMO	↓ -9,51%	↓ -18,85%
DIMINUISCE L'ARBORICOLTURA DA LEGNO	↓ -14,07%	↓ -19,79%
DIMINUISCE IL NUMERO DI VACCHE DA LATTE	↓ -14,2%	↓ -9,7%

Se voglio dare l'idea che tutto va bene

		
AUMENTA IL NUMERO DI GRANDI AZIENDE CON SAU >= A 30 ETTARI	↑ +64,72%	↑ +16,91%
AUMENTA LA SUPERFICIE DI TERRENO INVESTITA A OLIVO	↑ +6,97%	↑ +5,34%
AUMENTA IL NUMERO DI AZIENDE CON TERRENI IN AFFITTO O USO GRATUITO	↑ +39,35%	↑ +28,27%
AUMENTA LA SUPERFICIE AGRICOLA MEDIA PER AZIENDA	↑ +21,24%	↑ +34,56%
AUMENTA LA SUPERFICIE DI TERRENI INVESTITA A PRATI PERMANENTI E PASCOLI	↑ +13,65%	↑ +0,57%

Se voglio dare l'idea che tutto va male

		
DIMINUISCE IL NUMERO TOTALE DI AZIENDE AGRICOLE	↓ -12,78%	↓ -32,3%
DIMINUISCE LA SUPERFICIE DI TERRENI INVESTITI A FRUTTETI	↓ -35,21%	↓ -13,3%
DIMINUISCE LA MANODOPERA FAMILIARE	↓ -32%	↓ -28%
DIMINUISCE LA SUPERFICIE DI TERRENI INVESTITA A VITE	↓ -6,89%	↓ -7,39%
DIMINUISCONO GLI ORTI FAMILIARI PER AUTOCONSUMO	↓ -9,51%	↓ -18,85%
DIMINUISCE L'ARBORICOLTURA DA LEGNO	↓ -14,07%	↓ -19,79%
DIMINUISCE IL NUMERO DI VACCHE DA LATTE	↓ -14,2%	↓ -9,7%

Non dico bugie, ma faccio vedere solo una parte della verità:

Quella che mi conviene far vedere!

Fattoidi

- «*Non-eventi*», fatti mai accaduti che i media presentano come reali. Pure invenzioni, dicerie, pettegolezzi che vengono trattate come notizie vere e, come tali, possono produrre effetti sull'opinione pubblica.
- I **fattoidi** non nascono con i mezzi di comunicazione di massa, ma se ne trovano tracce anche in epoca pre-moderna.

Da: Il problema della manipolazione: peccato originale dei media? Guido Gili, Ed. Franco Angeli

Orson Welles e la lettura della «Guerra dei mondi»



Il 30 ottobre 1938 l'attore inglese **Orson Welles** legge alla stazione radio americana CBS il romanzo «**La guerra dei mondi**». La riduzione radiofonica del romanzo simulava una diretta radio in cui si raccontava lo sbarco di alieni minacciosi in una cittadina americana.

All'inizio e alla fine della trasmissione erano stati mandati degli avvertimenti per dire al pubblico che si trattava della lettura di un romanzo.

Orson Welles e la lettura della «Guerra dei mondi»

Queste le parole di Welles quando si rese conto di cosa fosse successo: *« Furono le dimensioni della reazione ad essere sbalorditive. Sei minuti dopo che eravamo andati in onda le case si svuotavano e le chiese si riempivano; da Nashville a Minneapolis la gente alzava invocazioni e si lacerava gli abiti per strada. Cominciammo a renderci conto, mentre stavamo distruggendo il New Jersey, che avevamo sottovalutato l'estensione della vena di follia della nostra America. »*

Nello stesso periodo in Europa

Negli stessi anni il Ministero delle Propaganda nazista crea un fattoide di ben altra portata propagandando la tesi della **cospirazione ebraica per il dominio mondiale** come giustificazione delle leggi razziali e dello sterminio.

Le teorie riguardanti un presunto complotto ebraico emergono a partire dal medioevo europeo spagnolo, quando le comunità giudaiche venivano demonizzate e usate come capro espiatorio per fenomeni e casi fittizi, quali avvelenamento dei pozzi d'acqua e uccisione e sacrificio di infanti, peste, e per fenomeni sociali più generali per i quali era utile trovare un capro espiatorio (usura, povertà e disoccupazione)

Da Wikipedia.org

Meccanismi di funzionamento di un fattoide

- **La fuga di notizie**: si tratta di notizie di origine incerta delle quali non si cita la fonte, ma delle quali si assicura l'assoluta attendibilità;
- **Le insinuazioni**: possono essere create ad arte per screditare un personaggio pubblico, un gruppo politico o un'azienda commerciale;
- **La costruzione di un quadro apparentemente coerente** sulla base di frammenti di indizi o di prove, in se privi di significato, ma sufficienti a creare una «connessione» plausibile

Da: Il problema della manipolazione: peccato originale dei media? Guido Gili, Ed. Franco Angeli

Quando si ha manipolazione nei mass-media

- L'azione manipolatrice è **intenzionale**
- L'azione manipolatrice è **occulta**
- L'azione manipolatrice è **efficace** quando:
 - L'emittente detiene un **forte controllo** sulle informazioni che il destinatario ha circa l'ambiente percepito
 - I riceventi **non possono proteggersi** facendosi scudo con forti legami di gruppo o relazioni significative in grado di filtrare i messaggi dei mass-media (problemi del pluralismo sociale) (presupposti relativi al contesto)

Da: Il problema della manipolazione: peccato originale dei media? Guido Gili, Ed. Franco Angeli

La credibilità

- La **credibilità dell'emittente** è la **condizione preliminare** di ogni discorso sul successo del processo comunicativo.
- I mass-media che godono di credibilità **la conferiscono** ai temi ed ai soggetti che trattano.

NON C'E' MANIPOLAZIONE SENZA CREDIBILITA'

Da: Il problema della manipolazione: peccato originale dei media? Guido Gili, Ed. Franco Angeli

Credibilità dell'emittente

1. La credibilità può essere costruita scientificamente;
2. Costruzione di una dicotomia credibilità-discredito;
3. Credibilità attraverso i media;
4. Pluralità di fonti e di canali che può essere falsamente percepita come una garanzia di credibilità.

Da: Il problema della manipolazione: peccato originale dei media? Guido Gili, Ed. Franco Angeli

Regimi totalitari



«I due minuti di odio dal film Orwell 1984 di Michael Radford, GB 1984

- Nei regimi totalitari la manipolazione delle informazioni è una necessità funzionale al mantenimento del sistema.
- In una democrazia, per quanto fragile possa essere, sarà difficile avere il controllo assoluto sui mezzi di comunicazione

Cambio di paradigma

Con internet si profila un cambio di paradigma perché le condizioni in cui si fruisce dei mass-media sono cambiate e in qualche modo sono saltate alcune barriere spaziali e temporali.

Bufale sul web

- Postate l'avviso salvaprivacy su Facebook;
- Video di un UFO che sfiora un aereo Ryanair;
- Annuncio della NASA che Marte sarà visibile in cielo con le stesse dimensioni della Luna;
- Il mondo finirà nel 2000 o nel 2002 o nel 2013 e la profezia dei Maia;
- A settembre 2015 un asteroide colpirà la Terra;
- Foto di piloti di linea che a Londra protestano contro le scie chimiche;
- Una donna aiuta uno straniero che per ringraziarla le rivela che il giorno dopo ci sarà un attentato;
- Renzi è costretto a smentire che ci sarà un attacco terroristico perché una madre aveva mandato un messaggio alla figlia in cui diceva di avere appreso da un conoscente del Ministero degli interni che presto ci sarebbe stato un attacco e il messaggio di WhatsUp era diventato immediatamente virale;
- Foto false degli attentati a Parigi e delle successive manifestazioni spacciate come vere;
- ...

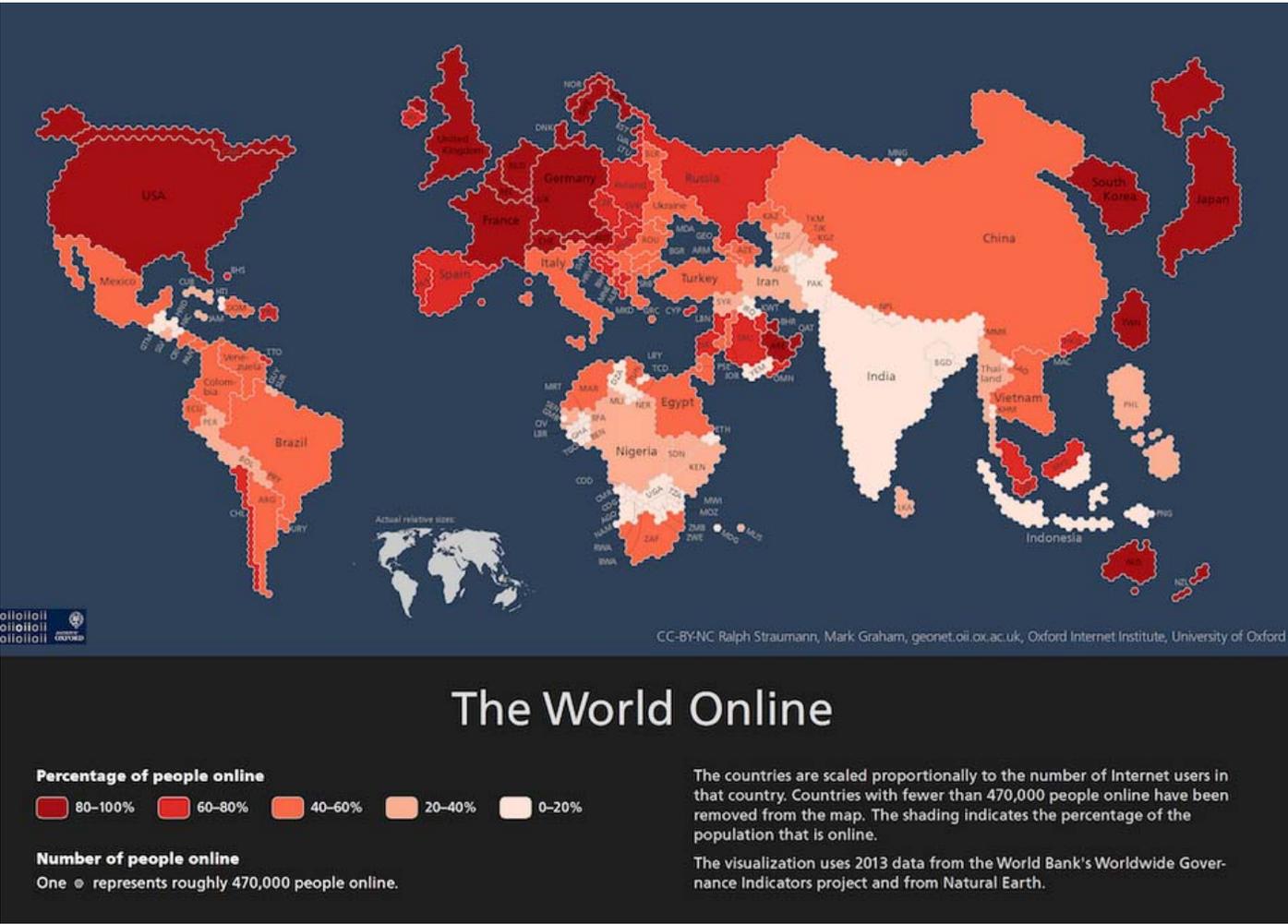
- **Utenti internet circa: 2.923.000.000**
- **40% della popolazione mondiale**
- **Il 63% degli accessi viene fatto da mobile**

Distribuzione degli utenti:

- **Nord America: 14%**
- **Europa: 26%**
- **America Latina 10%**
- **Africa ed Asia mediorientale: 9%**
- **Asia (area Pacifico): 41%**

- 
- Il 57,3% della popolazione italiana ha accesso ad internet
 - Solo il 36,9% si connette almeno una volta al giorno
 - Quasi tutti i giovani dai 15 ai 24 anni si connettono ad internet
 - La metà dei giovani si connette tutti i giorni

Diffusione di Internet



12° rapporto CENSIS sulla comunicazione presentato il 26.3.2015

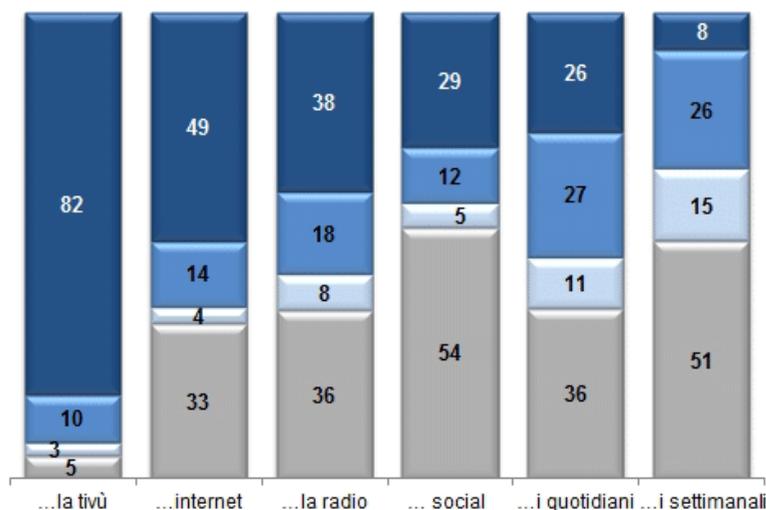
- Il **51,4%** degli italiani cerca informazioni attraverso il motore di ricerca **Google**, il **50,9%** attraverso le **tv all news** e il **43,7%** mediante **Facebook**. Tra i più giovani la gerarchia delle fonti cambia: al primo posto si colloca **Facebook** come strumento per informarsi (**71,1%**), al secondo posto **Google** (**68,7%**) e solo al terzo posto compaiono i **telegiornali** (**68,5%**), con **YouTube** che non si posiziona a una grande distanza (**53,6%**) e comunque viene prima dei **giornali radio** (**48,8%**), tallonati a loro volta dalle **app per smartphone** (**46,8%**).
- Spiccano le distanze tra i consumi mediatici giovanili e quelli degli anziani. Tra i giovani la quota di utenti della rete arriva al **91,9%**, mentre è ferma al **27,8%** tra gli anziani; l'**85,7%** dei primi usa telefoni smartphone, ma lo fa solo il **13,2%** dei secondi; il **77,4%** degli under 30 è iscritto a Facebook, contro appena il **14,3%** degli over 65; il **72,5%** dei giovani usa YouTube, come fa solo il **6,6%** degli ultrasessantacinquenni; i giovani che guardano la web tv (il **40,7%**) sono molti di più degli anziani che fanno altrettanto (il **7,1%**); il **40,3%** dei primi ascolta la radio attraverso il telefono cellulare, dieci volte di più dei secondi (**4,1%**); e mentre un giovane su tre (il **36,6%**) ha un tablet, solo il **6%** degli anziani lo usa. Al contrario, l'utenza giovanile dei quotidiani (il **27,5%**) è ampiamente inferiore a quella degli ultrasessantacinquenni (il **54,3%**).

Gli italiani e i mezzi di informazione

L'UTILIZZO DEI MEZZI DI INFORMAZIONE

Per tenersi informato con che frequenza utilizza... (valori %)

■ Mai o Meno di una volta al mese ■ Qualche volta al mese
■ Qualche volta alla settimana ■ TUTTI I GIORNI



... L'EVOLUZIONE

Per tenersi informato con che frequenza utilizza...
(valori % di "tutti i giorni" – Serie storica)

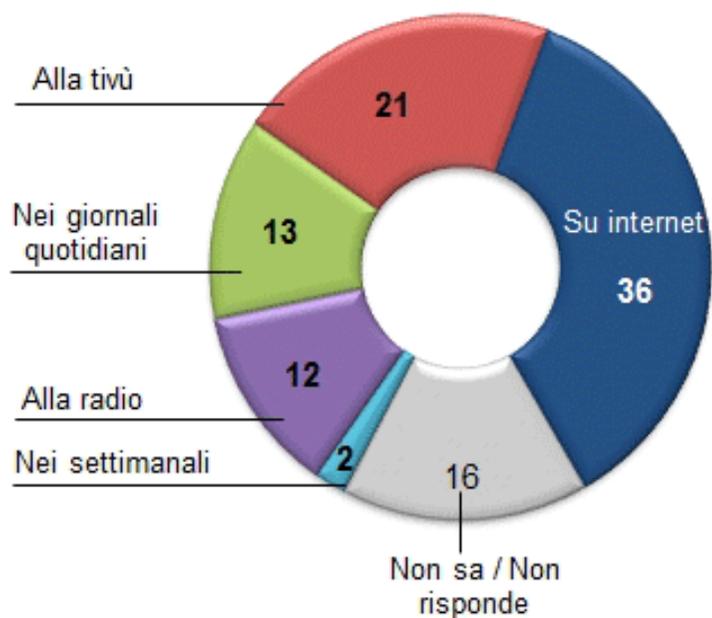
	2015	2014	2013	2012	2011	2007
	TUTTI I GIORNI					
...la tivù	82	81	80	80	84	87
...internet	49	49	47	40	39	25
...la radio	38	39	40	34	38	41
...i quotidiani	26	24	25	25	28	30

Fonte: sondaggio Demos & Pi, Novembre 2015 (Base 1323 casi) – commentato su Repubblica da Ilvo Diamanti

Informazione e libertà

INFORMAZIONE E LIBERTÀ

Secondo Lei, dove l'informazione è più libera e indipendente?
(valori % della prima scelta)



Serie storica



Fonte: sondaggio Demos & Pi, Novembre 2015 (Base 1323 casi) – commentato su Repubblica da Ilvo Diamanti

La credibilità

- La **credibilità dell'emittente** è la **condizione preliminare** di ogni discorso sul successo del processo comunicativo.
- I mass-media che godono di credibilità **la conferiscono** ai temi ed ai soggetti che trattano.

NON C'E' MANIPOLAZIONE SENZA CREDIBILITA'

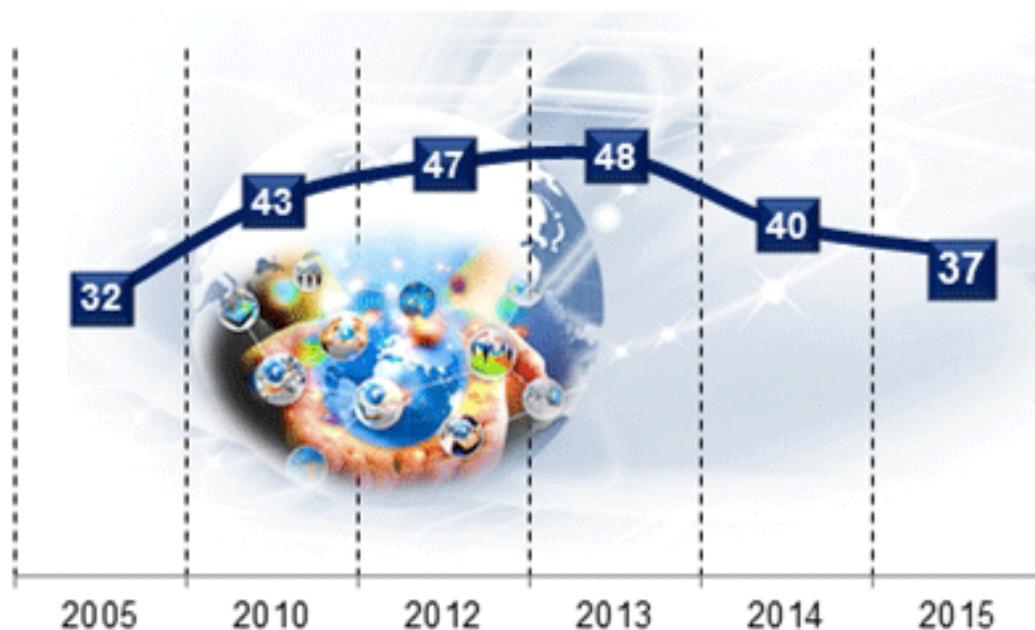
Da: Il problema della manipolazione: peccato originale dei media? Guido Gili, Ed. Franco Angeli

La fiducia nella rete: comincia la disillusione?

FIDUCIA NELLA RETE

Quanta fiducia prova nei confronti di internet?

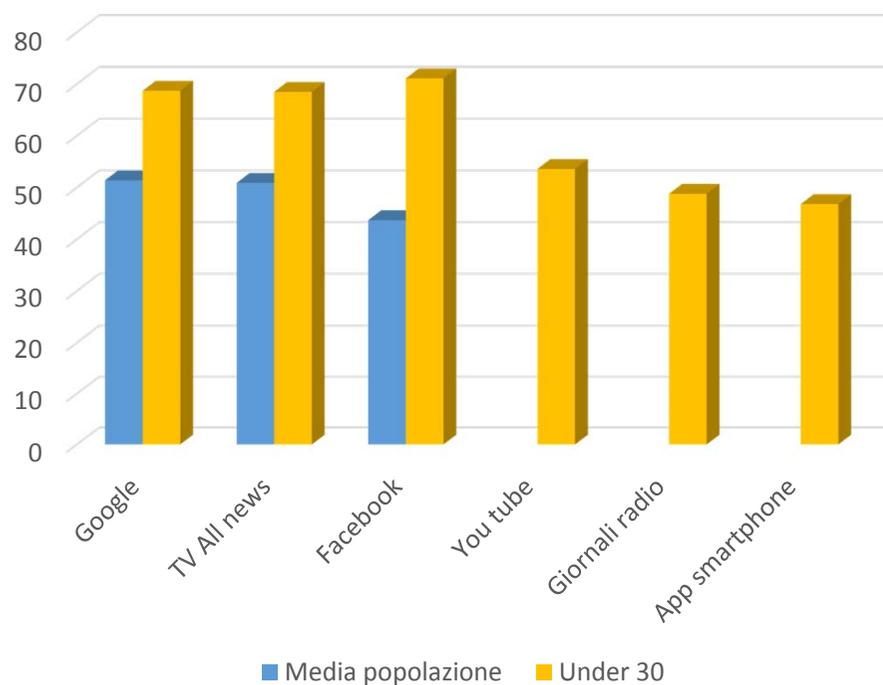
(valori percentuali di coloro che ripongono "moltissima o molta" fiducia al netto delle non risposte – Serie storica)



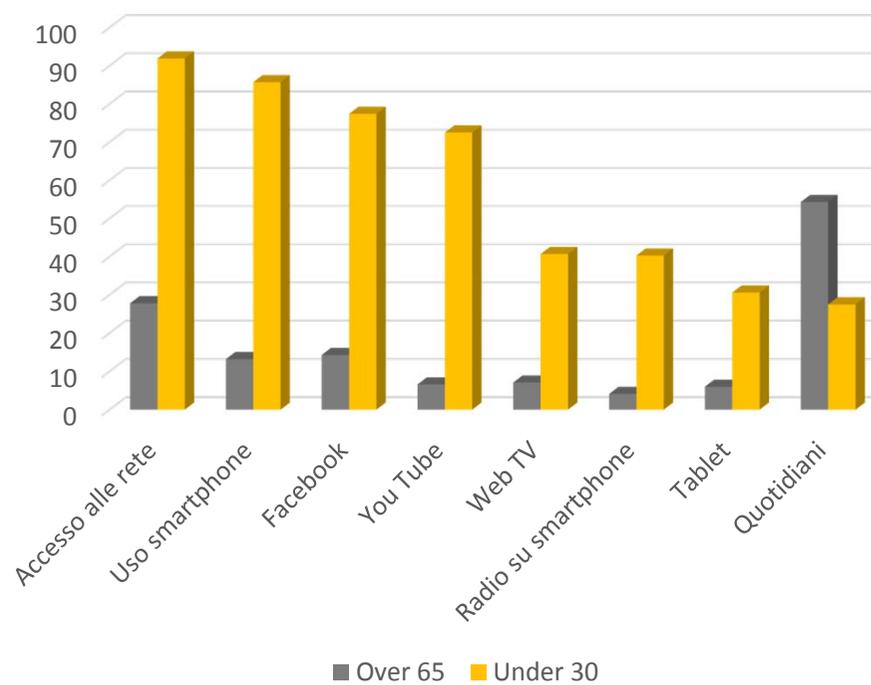
Fonte: sondaggio Demos & Pi, Novembre 2015 (Base 1323 casi) – commentato su Repubblica da Ilvo Diamanti

12° rapporto CENSIS sulla comunicazione (marzo 2015)

Fonti di informazione



Consumi mediatici



Consumi di servizi media

	TV- minuti giornalieri pro capite (Var. %)		Copie di quotidiani a pagamento e gratuiti diffusi per 1000 abitanti		
	2010/2011	2011/2012	2008	2012	2008/2012 Var. %
UK	0	-0,4	359	247	-31,2
FRA	7,1	1,3	206	178	-13,6
GER	0,9	-3,9	283	255	-9,9
ITA	2,8	0,8	171	109	-36,3
USA	3,5	0	212	166	-21,7
CAN	4,3	3			
JPN			613	433	-29,4
AUS	0,5	-1,6			
ESP	2,1	2,9	106	79	-25,5
NED	0	2,6	394	298	-24,4
SWE	-2,4	1,2	575	367	-36,2
IRL	4,6	-1	278	183	-34,2
POL	-1,2	0,4			
BRA	1,4	-4			

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati Ofcom



LA DIFFUSIONE DELL'ONLINE TRA I DIVERSI SEGMENTI DELLA POPOLAZIONE



82,9%

DELLE DONNE



86%

DEGLI UOMINI



96,7%

TRA I 18-34ENNI



90,8%

TRA I 35-54ENNI



100%

DEGLI STUDENTI UNIVERSITARI, DEI DIRIGENTI E DOCENTI UNIVERSITARI

87,4%
Nord Ovest

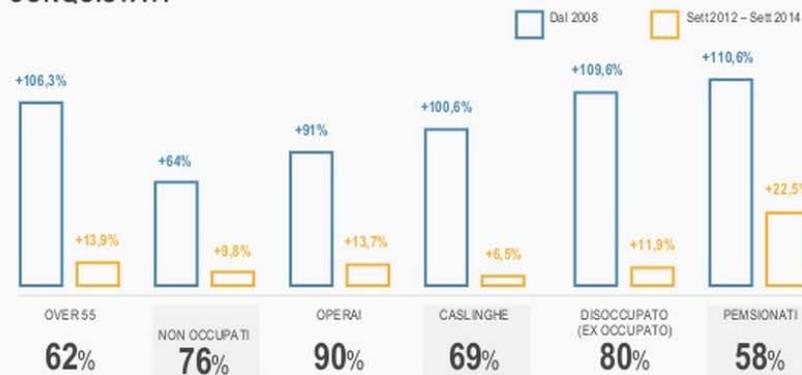
87%
Nord Est

87,3%
Centro

79,2%
Sud e Isole



CONTINUA LA CRESCITA TRA I SEGMENTI NON ANCORA DEL TUTTO CONQUISTATI



LA DIFFUSIONE DI INTERNET IN ITALIA È CAPILLARE: ALTI TASSI DI CONCENTRAZIONE TRA I PROFILI PIÙ QUALIFICATI

Base: totale individui 11-74 anni (=47.277.000) - Valori % AUDIWEB TRENDS - Settembre 2014

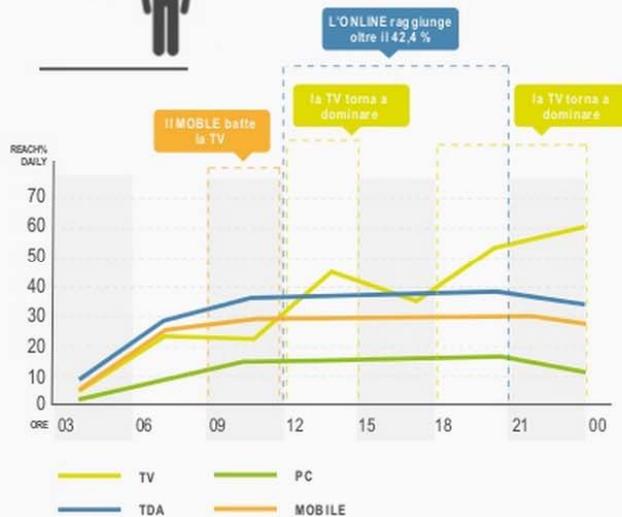
audiweb
by nielsen

IAB Forum 2014



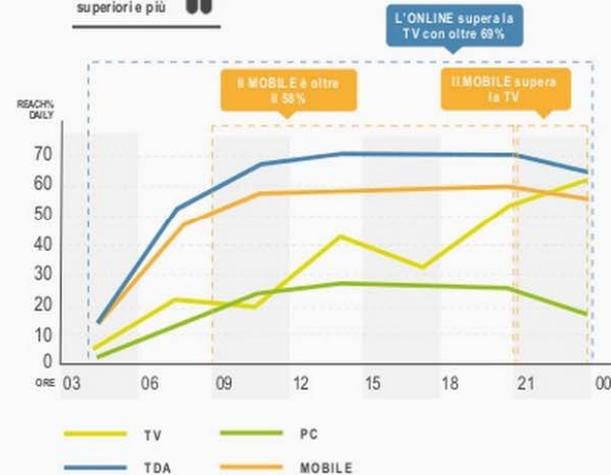
TV E INTERNET NEL GIORNO MEDIO SU FASCE DI TRE ORE

18-74
anni



18-54
anni

con studi superiori e più



IL MOBILE DOMINA SULLA TV FINO ALLE 12. PER ALCUNI TARGET IL MOBILE INTERNET È DOMINANTE

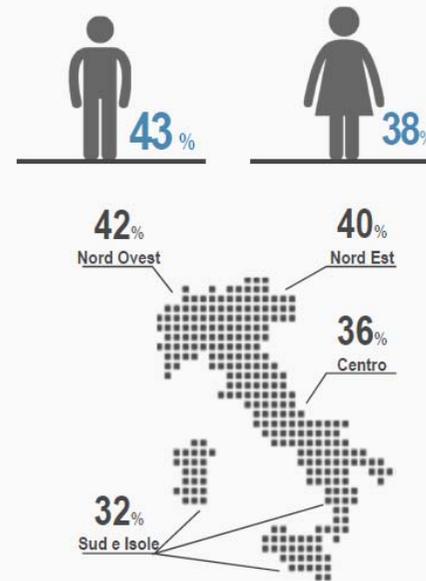
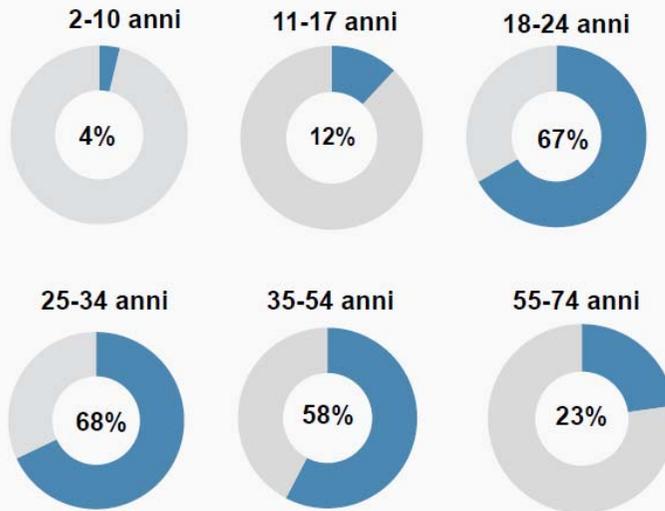
Fonte: Elaborazioni Audiweb su dati Auditel (per TV) e Audiweb powered by Nielsen (per Digital) – Settembre 2014



IAB Forum 2014



CHI ACCEDE A INTERNET GIORNO MEDIO - GENNAIO 2015



**ACCEDONO A INTERNET NEL GIORNO MEDIO:
IL 68% DEI 25-34ENNI, IL 67% DEI 18-24ENNI E IL 58% DEI 35-54ENNI,
IL 43% DEGLI UOMINI E IL 38% DELLE DONNE**

audiweb
powered by nielsen

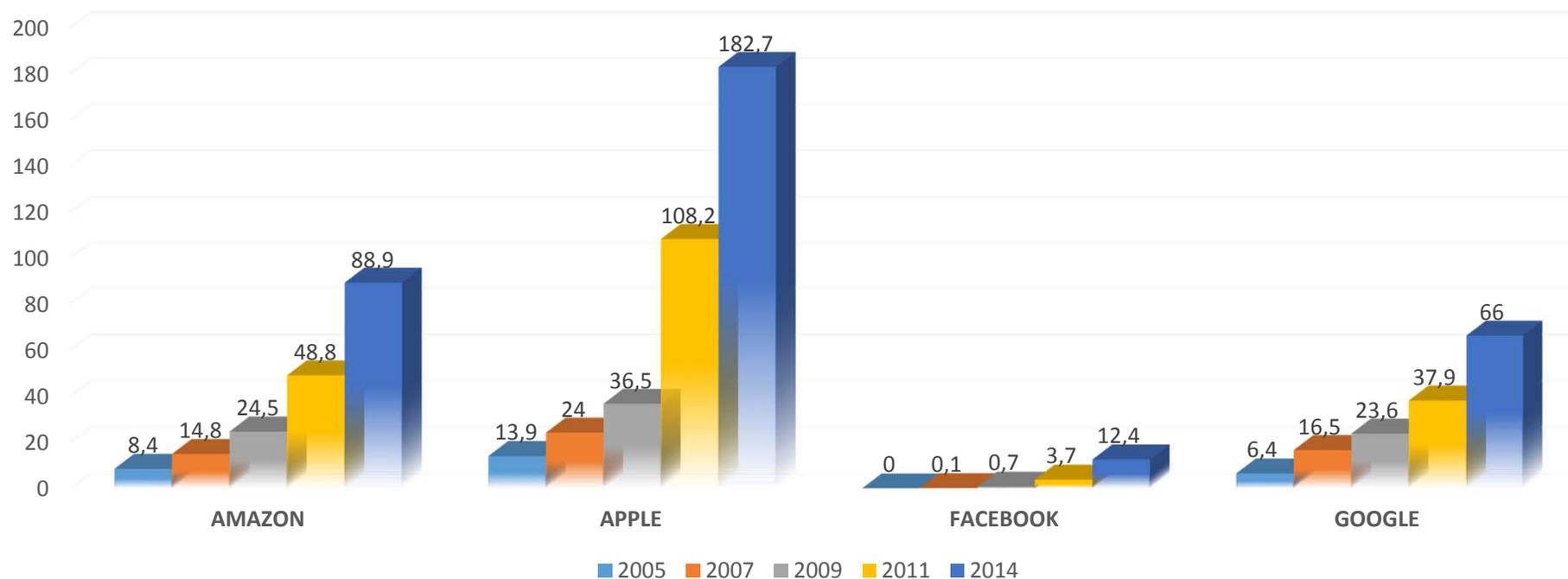
Fonte: Audiweb Database, dati giorno medio Gennaio 2015 - Audiweb powered by Nielsen
, Individui dai 2 anni in su per TDA e PC; individui 18-74 anni per il MOBILE

Internet ieri e oggi

- La nascita del WWW sembrava l'alba di una nuova idea di democrazia; un mondo in cui tutti potessero diventare editori o giornalisti e trovare il proprio posto nel grande calderone della comunicazione;
- In parte è vero, ma con il corso del tempo, quando si è cominciato ad avere una idea più chiara di cosa potesse diventare il Web ed a prospettare nuove forme di business, si è dato l'avvio alla creazione di nuovi gruppi e di nuove concentrazioni;
- Ad oggi sono quattro le società che si dividono il grosso del fatturato nell'Hi-Tech e in rete Google è il dominatore assoluto seguito da Facebook

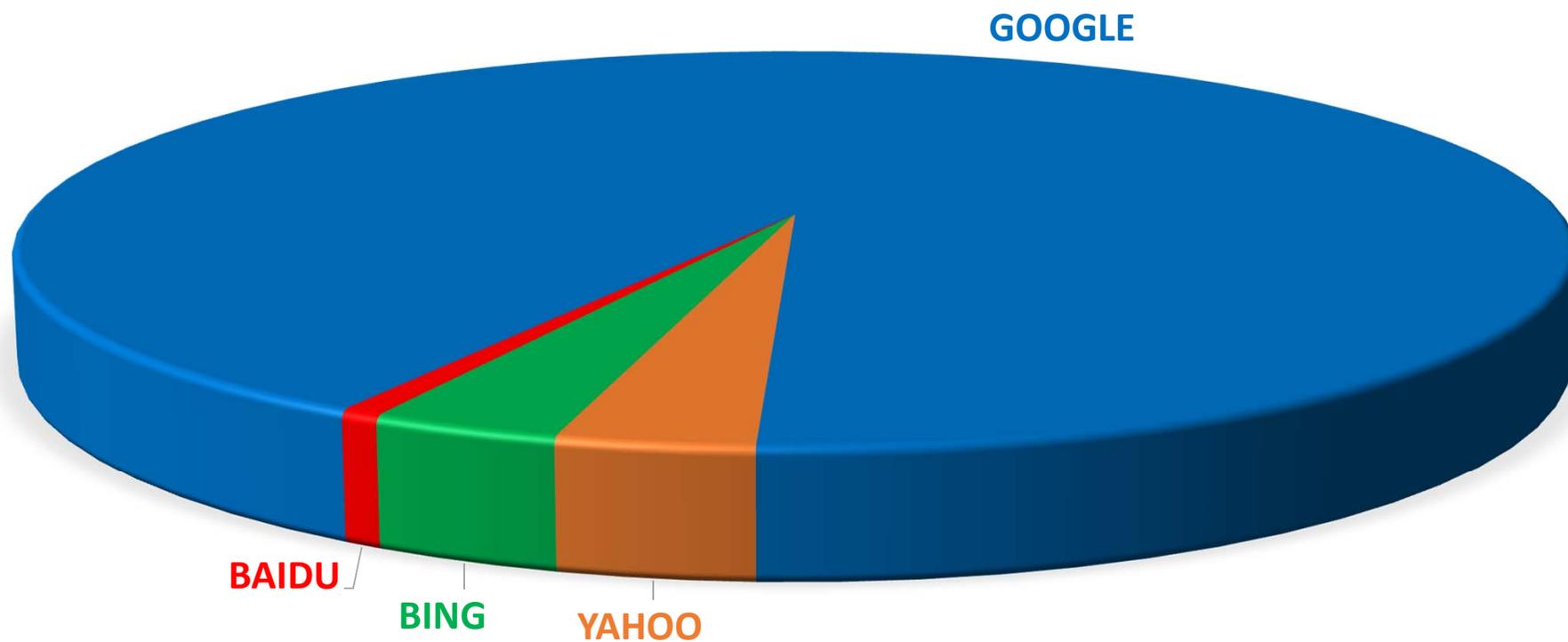
Fatturato dei principali gruppi della net economy

IN MILIARDI DI DOLLARI



Fonte dati: L'Espresso 3.9.2015

Quota di mercato dei primi quattro motori di ricerca



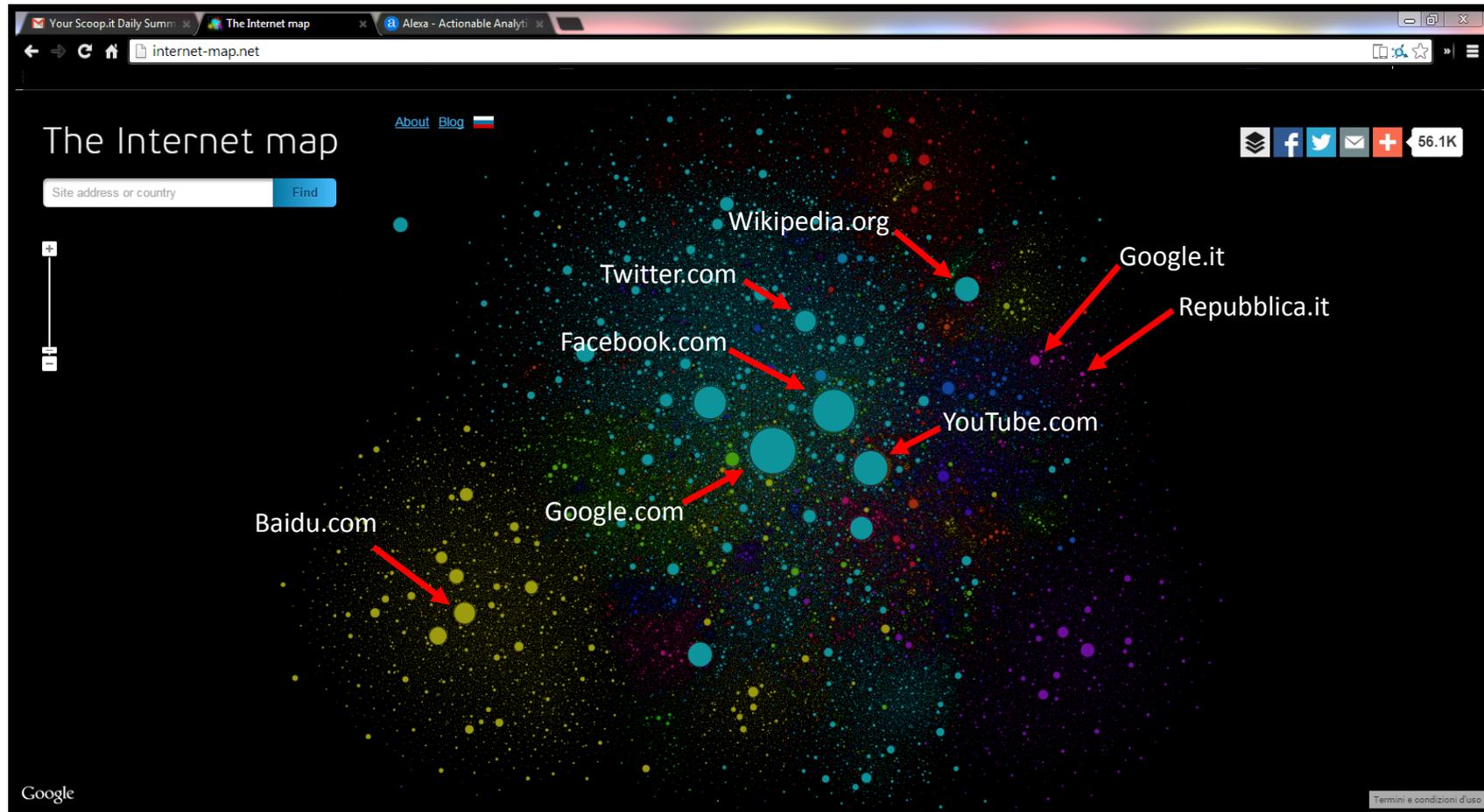
Fonte dati: Statista, dati luglio 2015

Diffusione dei motori di ricerca

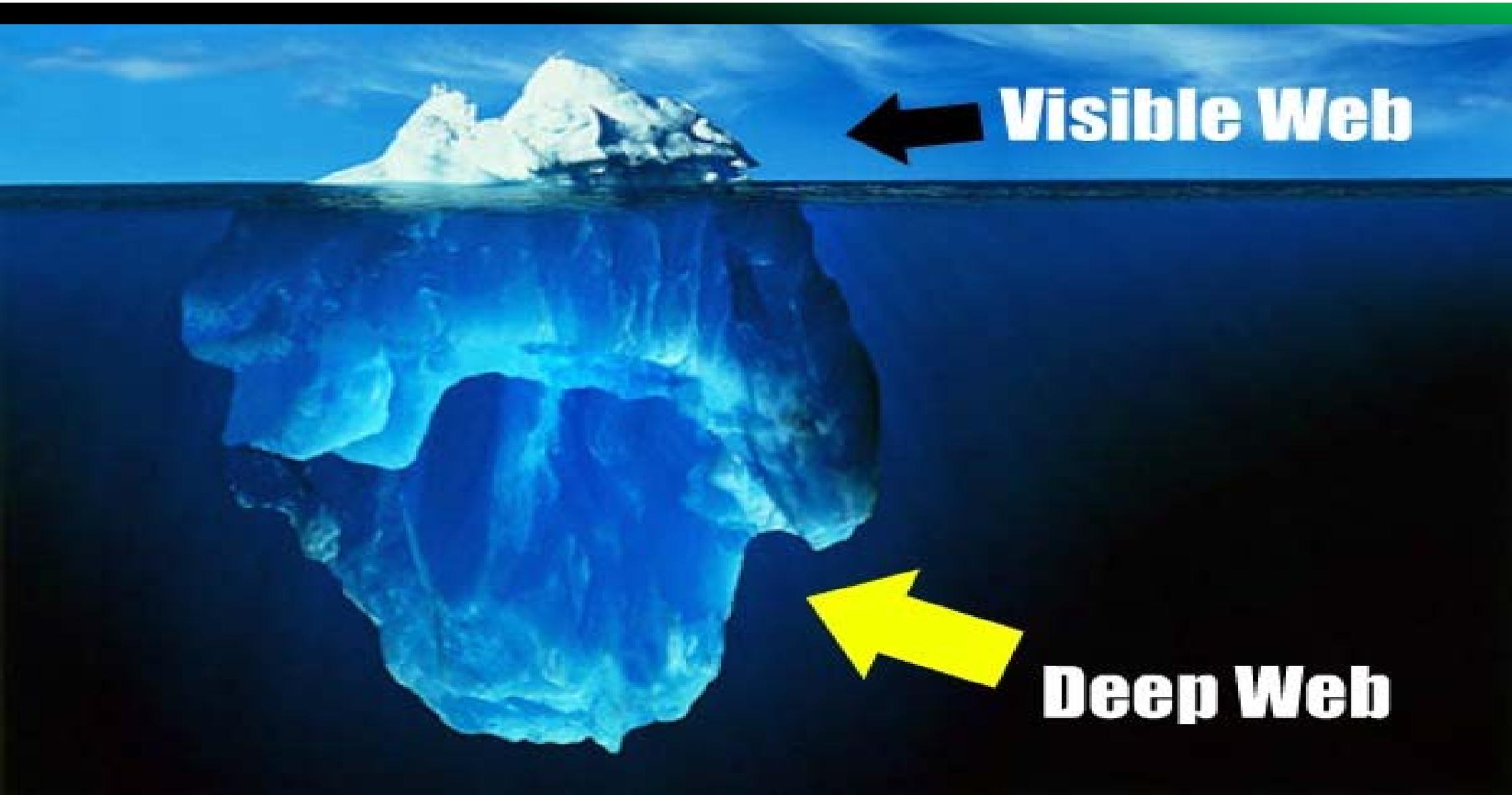


Dati dicembre 2013

Quanto è grande Internet



<http://internet-map.net>



Visible Web

Deep Web

La denuncia di Assange

«Negli ultimi 15 anni Google è cresciuto dentro Internet come un parassita. Navigazione sul Web, social network, mappe, satelliti, droni... Google è dentro il nostro telefono, sul nostro desktop, sta invadendo ogni aspetto delle nostre vite: sia le relazioni personali che commerciali. Ormai Google ha un potere reale su chiunque usi la Rete, ovvero praticamente chiunque nel mondo contemporaneo».

J. Assange

Intervista di Julian Assange a L'Espresso del 23.12.2014

Cosa conosce di noi Google?

- Le ricerche fatte
- Le pagine visitate
- I luoghi in cui siamo stati
- La nostra posta
- La nostra agenda
- I comandi vocali che abbiamo dato su Google Now
- Se utilizziamo uno smartphone o un tablet con Android Google sa quasi tutto quello che abbiamo fatto sul telefono

Google



Attività web e app

Attività vocale e audio

Informazioni del dispositivo

Cronologia delle posizioni

Cronologia visualizzazioni di YouTube

Cronologia delle ricerche di YouTube

Comandi attività

Ho cercato fatturato facebook 09:17

Facebook fa il pieno di utili e fatturato grazie al successo in campo ...
ilssole24ore.com

Facebook in crescita: fatturato da 12,4 miliardi di dollari nel 2014 ...
overpress.it

Ho cercato 1984 film 09:13



film-adaptations-of-1984-by-george.html



<http://www.stroboscopio.com/orwell-1984-michael-radford-1984/>



<http://www.gizmodo.co.uk/2014/11/youll-be-watching-big-brother-in-new-1984-film/>

Mostra altri 21

Ho cercato 1984 film 09:12

Orwell 1984 - Wikipedia
it.wikipedia.org

3 app utilizzate 08:39

Facebook

Gmail



Cronologia

OGGI

2015 | Dicembre | 2

Sera al Chalet della Chitarra

Mercoledì 2 Dicembre 2015

11 luoghi

- 2.12 - 2.21 Casa
Via Remo Brindisi, 4, 67100 L'Aquila, Italia
8 min
- 7.40 - 8.04 Casa
Via Remo Brindisi, 4, 67100 L'Aquila, Italia
25 min
- 8.16 - 10.38 Lavoro
Via Leonardo da Vinci, 6, 67100 L'Aquila, Italia
2 ore 22 min
- 11.11 - 11.24 Lavoro
Via Leonardo da Vinci, 6, 67100 L'Aquila, Italia
13 min



Google non è uguale per tutti

«...Oggi Google utilizza circa 57 indicatori – dal luogo in cui siamo al browser che stiamo usando, fino al tipo di ricerche che abbiamo fatto in precedenza – per cercare di capire chi siamo e che genere di siti ci piacerebbe visitare. Anche quando non siamo online, continua a personalizzare i risultati e a mostrarci le pagine sulle quali probabilmente cliccheremo.

Di solito si pensa che facendo una ricerca su Google tutti ottengano gli stessi risultati, quelli che per il famoso algoritmo dell'azienda, PageRank, hanno maggiore rilevanza in relazione ai termini cercati. Ma, dal dicembre 2009, non è più così. Oggi vediamo i risultati che secondo PageRank sono più adatti a noi, mentre altre persone vedono cose completamente diverse. In poche parole, Google non è più uguale per tutti.»

Da: Il filtro, Eli Parisier, Il Saggiatore s.p.a., Milano, 2012

Quanto Facebook conosce di te

- Le tue preferenze in fatto di scelte sociali, politiche, religiose, sesso...
- I tuoi amici
- I tuoi gusti culturali (cinema, libri, musica, ecc...)
- Dove ti trovi
- Come ti informi
- I gusti e le scelte dei tuoi amici
-

Facebook sa cosa ci piace

The screenshot shows the Facebook profile of Valeriano Salve. The page is titled "Pagine e interessi" (Pages and interests) and displays a list of liked posts from July 2015. The posts are:

- 28 LUGLIO: A Valeriano Salve piace Coccodrilli Dal Cilindro.
- 24 LUGLIO: A Valeriano Salve piace Robben Ford Music.
- A Valeriano Salve piace Joe Bonamassa.
- 21 LUGLIO: A Valeriano Salve piace Blues sotto le stelle.
- 10 LUGLIO: A Valeriano Salve piace SIA - Società Italiana Agopuntura.
- 9 LUGLIO: A Valeriano Salve piace Il Senso del Ridicolo.

The left sidebar contains navigation options such as "Filtri", "Registro attività", "Controllo del diario", "I tuoi post", "Post in cui sei tagg...", "Post di altri", "Post che hai nasco...", "Foto", "Mi piace", "Pagine e interessi", "Post e commenti", "Commenti", "Tutte le applicazioni", and "ALTRIO". The right sidebar shows a year selector from 2015 to 2008. At the bottom right, there is a search bar and a price indicator "5,99 € + timbro GRATIS".

Facebook sa dove siamo stati

The screenshot shows the Facebook interface with the 'Cronologia delle posizioni' (Location History) feature active. The search bar at the top contains the text 'Cerca persone, luoghi e oggetti'. The left sidebar lists various filters such as 'Mi piace', 'Commenti', 'Informazioni', 'Amici', 'Avvenimenti import...', 'Musica', 'Notizie', 'Video', 'Giochi', 'Libri', 'Prodotti', 'Note', 'Chi segui', 'Gruppi', 'Eventi', 'Domande', and 'Cerca'. The main content area is titled 'Cronologia delle posizioni' and includes a search icon and the text 'Cancella la Cronologia delle posizioni'. The history is organized into three sections: 'OGGI', 'IERI', and '1 DICEMBRE'. Each section contains a single entry for 'Valeriano Salve si trovava qui: L'Aquila.' accompanied by a map showing the location of L'Aquila, with specific points marked in red. The map labels include 'SFRIZZOLI', 'PETTINO', 'L'Aquila', and 'Segnala'. The bottom right corner of the interface shows a search bar with the text 'Cerca' and a settings icon.

Facebook ti conosce meglio di chiunque altro?

- I ricercatori delle Università di Cambridge e di Stanford avrebbero dimostrato che tramite i «mi piace» Facebook ci conosce meglio dei nostri colleghi, amici o parenti
- Lo studio è stato pubblicato sulla rivista Proceedings of National Academy of Sciences, è diffuso anche dal Telegraph
- Il Sistema non è ancora completamente affidabile, ma è sicuramente un assaggio delle potenzialità future

Vedi articolo su Wired: <http://www.wired.it/internet/social-network/2015/01/13/facebook-like/>

Vedi articolo su Repubblica: http://www.repubblica.it/tecnologia/social-network/2015/09/10/news/facebook_algoritmo_cosa_sa_di_noi-122531481

Facebook ci conosce

Secondo i ricercatori questo è il numero minimo di like necessari a Facebook per conoscere i nostri gusti e le nostre abitudini

- 10 like meglio di colleghi e conoscenti
- 70 like meglio di amici e coinquilini
- 150 like meglio di fratelli e parenti
- 300 like per «sfangarla» con coniugi e partner

Come Facebook ci influenza

In uno studio recente condotto da Facebook e dalla Cornell University i ricercatori sono riusciti a «CAMBIARE» lo stato d'animo di circa 700.000 utenti connessi.

Il problema della «RILEVANZA»

- La rilevanza non è data dall'importanza della notizia, ma da altri fattori:
 - Google ha un proprio algoritmo per determinare la rilevanza che, tra tanti altri parametri, si basa anche sulle nostre preferenze e sui nostri interessi;
 - Facebook si basa sui «mi piace», sul numero delle condivisioni e sui nostri interessi;
 - A breve arriverà un meccanismo simile anche per Twitter

I filtri alle informazioni

- Dal 2009 Google ha cominciato ad alterare i risultati delle ricerche basandoli «**anche**» sulle abitudini degli utenti;
- Facebook filtra le notizie «**anche**» in base ai nostri interessi;
- Potremmo trovarci a navigare in un mare di informazioni che assecondino solo i nostri interessi ed i nostri gusti tralasciando le voci che per noi sono discordanti.

IL RISCHIO E' L'OMOLOGAZIONE?

Vedi «Il filtro», Eli Parisier, Edizioni Il saggiatore. ISBN 9788842817741

Google non genera contenuti

- Google non produce contenuti, ma si limita a proporci contenuti di altri.
- Google news mette insieme le news prodotte da altri media e le organizza in un flusso in cui è l'algoritmo di Google che decide le priorità.
- Google, in qualche modo, cannibalizza quello che fanno altri e ce lo propone in base alle nostre preferenze, ma potrebbe decidere di proporle in base alle preferenze gestite unicamente dai suoi algoritmi.

Facebook non genera contenuti

- Anche Facebook, come Google, non genera contenuti, ma propone in un flusso continuo contenuti che sono generati dai propri utenti.
- Ciò che Facebook ci propone è generato in base alle nostre “amicizie”, i nostri “mi piace”, le ricerche che facciamo in rete, le pagine più visitate.
- Facebook potrebbe decidere per noi cosa dobbiamo e cosa non dobbiamo vedere in base a meccanismi gestiti dai propri algoritmi.

Manipolazione e mass media

- Chi «occupa» il centro del sistema può comunicare contemporaneamente a molti;
- La comunicazione è un «monologo» più che un dialogo;
- La credibilità è legata al prestigio dell'emittente;
- La manipolazione è più complicata perché i media, tra giornali, tv, internet, radio sono molte le fonti sulle quali ci si può informare.

Vedi «Il problema della manipolazione: peccato originale dei media», Guido Gili, Franco Angeli Editore. ISBN 9788846432278

Manipolazione e social media

- La comunicazione avviene «da pari a pari»;
- La credibilità è data dal numero di altri utenti che giudicano un post attendibile o importante;
- I social media possono darci l'impressione che ci stiamo informando su una grande varietà di fonti e invece proporci solo quello che decidono di farci vedere;
- Il sistema si autoalimenta perché le notizie sono riportate e condivise dagli utenti.

Caso di studio su Facebook e WhatsUp

- E' approdato in rete un nuovo social che si chiama TSU ed è abbastanza simile a Facebook nel funzionamento generale;
- La differenza sostanziale è che TSU promette di dividere il 99% degli introiti derivanti dalla pubblicità con chi genera i contenuti e quindi con gli utenti; in sostanza **più sono letti i tuoi post più guadagni**;
- Gli utenti di Facebook hanno cominciato a passarsi la notizia su Facebook che ha cominciato ad oscurare i post che parlavano di TSU nascondendone anche il link.

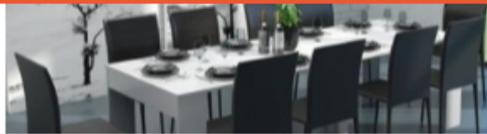
COMPRALO ORA **YOGA TAB 3 PRO** **TRASFORMA LA PARETE IN UNO SCHERMO E VIVI UN'ESPERIENZA HOME CINEMA!**

Consiglia Condividi 1,1mila Tweet G+ 34 LinkedIn 88

Quel social che paga gli utenti fa paura a Facebook. E Zuckerberg lo censura



La filosofia di Tsu.co



TECH APP

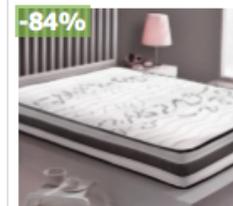
WhatsApp "oscura" Telegram nelle sue chat

Di Redazione - 1 dicembre 2015 771 0

CONDIVIDI



GROUPON



Materasso in memory da 119 euro



Materasso in memory foam Premium



Divano letto Nebraska



Orologi Casio



Dichiarazione dei diritti in Internet

La bozza della Dichiarazione dei diritti in Internet depositata alla Camera dei deputati prevede i seguenti punti:

1. Riconoscimento e garanzia dei diritti;
2. Diritto di accesso
3. Neutralità della rete
4. Tutela dei dati personali
5. Diritto all'autodeterminazione informativa
6. Inviolabilità dei sistemi e domicili informatici
7. Trattamenti automatizzati
8. Diritto all'identità
9. Anonimato
10. Diritto all'oblio
11. Diritti e garanzie delle persone sulle piattaforme
12. Sicurezza in rete
13. Diritto all'educazione
14. Criteri per il governo della rete

La bozza della Carta può essere scaricata dal sito della Camera dei deputati:

http://www.camera.it/application/xmanager/projects/leg17/attachments/upload_file/upload_files/000/000/187/dichiarazione_dei_diritti_internet_publicata.pdf



Dichiarazione dei diritti in Internet

Sono garantiti in Internet i diritti fondamentali di ogni persona riconosciuti dai documenti internazionali, dalla Carta dei diritti fondamentali dell'Unione Europea, dalle costituzioni e dalle leggi.

Tali diritti devono essere interpretati in modo da assicurarne l'effettività nella dimensione della Rete.

Il riconoscimento dei diritti in Internet deve essere fondato sul pieno rispetto della dignità, della libertà, dell'eguaglianza e della diversità di ogni persona, che costituiscono i principi in base ai quali si effettua il bilanciamento con altri diritti.

Sassolini | Scoop.it x Obama: "Internet è come" x

www.ilquotidianoitaliano.it/attualita/2014/11/news/obama-internet-come-lacqua-175117.html

Contatti | La Redazione | Le Firme del QI giovedì, 13 novembre 2014 Abbonati gratis: RSS Altri Preferiti

QI il Quotidiano Italiano

Cronaca | Politica | Attualità | Economia | Esteri | Salute | Sport | Foto

Edizione Nazionale - Roma - Bari - BAT

Obama: "Internet è come l'acqua"

Attualità di Redazione - nov 10, 2014 0 292 f 10 1



Galleria Fotografica



Rosetta: un'epopea grande come l'Universo

nov 13, 2014 0 27 f 0 0



ENEL ENERGIA TI OFFRE MOLTO DI PIÙ DI LUCE E GAS. SCOPRI DI PIÙ

La manipolazione ai tempi di Internet

- Google e Facebook hanno scopi prettamente commerciali. Mettendo i dati che raccolgono al servizio dei poteri di un paese rischierebbero di minare la propria credibilità e quindi perdere utenti.
- Sembra però che Google, Facebook e Apple abbiano passato ai servizi segreti USA informazioni sui loro utenti
- Entrambi mettono a disposizione degli utenti tutti gli strumenti per mantenere il livello di privacy desiderato e per avere un qualche controllo sui dati che lasciamo in rete, ma sono pochissimi gli utenti che conoscono ed utilizzano questi strumenti.

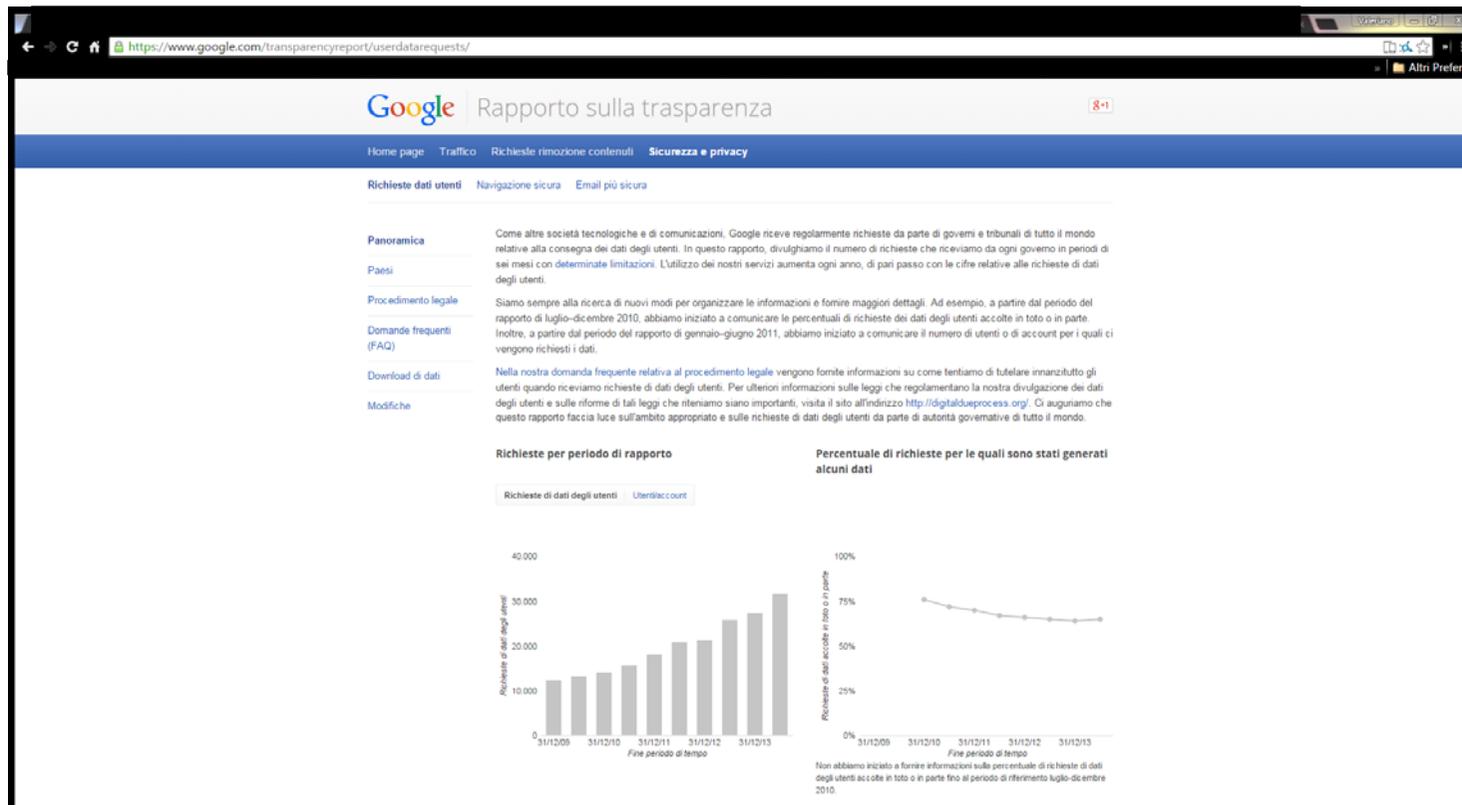
La manipolazione ai tempi di Internet

I tentativi di manipolazione possono essere più efficaci perché personalizzati

- I motori di ricerca potrebbero nascondere quello che non vogliono che l'utente veda;
- I social media potrebbero decidere di veicolare solo alcuni post nascondendone altri;
- Si potrebbe arrivare ad avere l'informazione personalizzata per ciascun utente della rete. In realtà già adesso posso costruirmi un flusso personalizzato con le news e gli argomenti di mio interesse, ma un conto è farlo per scelta, altra cosa è esserne vittima inconsapevole.

Rapporto di Google sulla trasparenza

<https://www.google.com/transparencyreport/userdatarequests/>



La funzione del giornalista

- Il **giornalista** ha un ruolo **“FONDAMENTALE”** e **“INSOSTITUIBILE”** nel mondo dei media perché oggi **ancora di più** è il **“GARANTE”** della **qualità dell’informazione**.
- Un ruolo fondamentale dovrebbe assumerlo anche la scuola; non certo scegliendo e proponendo un elenco di fonti attendibili delle quali ci si può fidare, **ma insegnando a coltivare l’amore per il dubbio e per l’approfondimento**.

