



WEEKLY REPORT ON MEDIA AND INTELLIGENCE ACTIVITY

Issue n. 1

Published on Thursday, May 9, 2024



INTERFERENZA STRANIERA

Emerge il tentativo della propaganda russa di spostare l'attenzione dalla guerra in Ucraina verso le questioni interne dei Paesi dell'Unione europea, soprattutto in vista delle elezioni di giugno. Questo fenomeno rivela una strategia attiva e ben orchestrata volta a distrarre l'opinione pubblica e a influenzare l'agenda politica all'interna dell'UE. Un'azione portata avanti in parallelo anche da altri paesi come la Cina, che hanno aumentato gli sforzi di interferenza digitale utilizzando strumenti avanzati di AI per diffondere disinformazione.

ATTIVITÀ E INTERFERENZA RUSSA

Il [North Atlantic Council della NATO](#) ha espresso [gravi preoccupazioni riguardo alle recenti minacce cyber attribuite alla Russia](#) sul territorio degli Alleati. In particolare, ha espresso [solidarietà a Germania e Repubblica Ceca dopo gli attacchi informatici dell'APT28](#), un gruppo hacker associato al governo russo noto per le sue sofisticate operazioni di hacking mirate a fini politici, militari ed economici. Allo stesso tempo, [il Parlamento Europeo](#) ha sollevato serie preoccupazioni riguardo alle possibili interferenze russe nelle imminenti elezioni politiche europee ed in particolare quelle bulgare.

La Russia continua a condurre una vasta gamma di operazioni di interferenza e disinformazione, [attraverso "fattorie di troll" associate a Yevgeny Prigozhin](#) anche dopo la sua morte, che diffondono propaganda sul conflitto russo-ucraino e sulle elezioni statunitensi del 2024.

Prosegue anche [la campagna "Maidan-3"](#), che mira a destabilizzare l'Ucraina, utilizzando piattaforme come TikTok. [L'operazione di disinformazione "False Façade"](#), invece, scoperta dall'[SEAE](#) (Servizio europeo di azione esterna) in collaborazione con le autorità spagnole, coinvolge almeno 23 siti web con collegamenti alla Russia, che si presentano come media occidentali e diffondono contenuti pro-Kremlin per indebolire il sostegno occidentale all'Ucraina.

[La Russia crea Ruviki, un clone di Wikipedia controllato dallo Stato russo](#), ulteriore sforzo per manipolare l'informazione e plasmare le narrazioni a favore del Cremlino.

ATTIVITÀ E INTERFERENZA CINESE

La Cina sta adoperando [strumenti avanzati di intelligenza artificiale](#) per intensificare le sue attività di interferenza digitale, condizionando l'opinione pubblica attraverso l'uso di account falsi, immagini manipolate e registrazioni audio generate dall'IA, come ha fatto durante le elezioni a Taiwan. Dallo [studio del Microsoft Threat Analysis Center](#) emerge anche il timore che l'influenza cinese possa compromettere [l'integrità dei processi democratici](#) di tutto il mondo.

Il [nuovo report dell'ASPI](#) solleva ulteriori dubbi sulla [gestione dei dati degli utenti](#) e sul coinvolgimento delle autorità cinesi, rivela l'uso da parte del PCC di tecnologie emergenti per controllare il flusso di informazioni e l'interesse crescente di TikTok che potrebbe portare a trascurare implicazioni più ampie sugli investimenti cinesi nelle tecnologie dell'informazione.

L'emergere di [Lemon8](#), un'altra app di ByteDance, negli Stati Uniti riflette la strategia cinese di [espandersi a seguito delle crescenti preoccupazioni riguardo a TikTok](#), suggerendo un'ulteriore complicazione nel contesto delle relazioni tra la Cina e gli Stati Uniti .

PROPAGANDA RUSSA NEI MEDIA

Un'indagine approfondita condotta da istituzioni accademiche di prestigio e con il supporto del Ministero degli Affari Esteri ha rivelato la complessità delle campagne di disinformazione in Italia, con un particolare focus sul ruolo dei blog e dei talk show. Due studi in particolare analizzano il fenomeno della propaganda russa e l'amplificazione della disinformazione attraverso i media tradizionali: *Come individuare e contrastare operazioni coordinate di disinformazione in Italia – edizione 2022 – 2023* e *The impact of Russian disinformation on Italian tv, a quantitative analysis*.

IL RUOLO DEI BLOG ONLINE

Nell'ultima edizione di *Come individuare e contrastare operazioni coordinate di disinformazione in Italia*, studio condotto da Luiss University (Centro di Ricerca Data Lab e Luiss Dipartimento di Giurisprudenza) insieme all'Università di Harvard Kennedy School e all'Università del Michigan con il supporto del Ministero degli Affari Esteri, si evidenzia la complessità delle campagne di disinformazione in Italia, con gruppi ben organizzati che creano intricate reti digitali. L'analisi, che ha seguito tre cicli di ricerca, mostra che i blog sono riemersi come attori chiave, forse in risposta agli sforzi anti-disinformazione delle piattaforme e alle nuove normative.

Questi siti web, rimasti tra gli ultimi spazi online non moderati, diventano centrali nell'ecosistema della disinformazione. I "disinfluencers," come influencer e figure pubbliche, guidano queste infrastrutture, coinvolgendo attivamente i loro seguaci. Si osserva una diversificazione tra canali "multitematici" e "specializzati". In prima linea "professionisti delle notizie false", tra cui avvocati, medici e politici, in rari casi anche giornalisti iscritti all'ordine che traggono profitto monetario dalle attività di disinformazione.

IL RUOLO DEI MEDIA TRADIZIONALI

Su Twitter, l'analisi degli hashtag rivela il ruolo chiave della televisione, in particolare dei talk show, nelle campagne di disinformazione online. Gli influencer coinvolti nella diffusione di disinformazione sulla guerra in Ucraina attingono spesso a talk show televisivi, estratti dei quali vengono condivisi sui social media entrando in trend. Un fenomeno che illustra come la televisione possa amplificare le posizioni estreme, fornendo materiale da utilizzare in modo selettivo sulle piattaforme digitali.

Anche lo studio *The impact of Russian disinformation on Italian tv, a quantitative analysis* di Matteo Pugliese analizza la presenza della propaganda russa sui canali televisivi italiani, rivelando che la propaganda russa è diffusa attraverso diverse categorie di ospiti russi, suddivise in "Media di Stato", "Governo e Duma" e "Ideologi e accademici". Questi ospiti diffondono narrazioni false e disinformazione su temi come l'Ucraina e vengono utilizzati per diffondere falsità, senza che vi sia un adeguato contraddittorio da parte degli ospiti o dei conduttori.



La campagna **"Be Election Smart"** promossa dall'**European Digital Media Observatory (EDMO)** e i suoi hub nazionali rappresenta un fondamentale sforzo per educare e responsabilizzare i cittadini europei in vista delle **elezioni del Parlamento Europeo**.

Lanciata il 29 aprile, dura sei settimane e ha l'obiettivo di pubblicare un **nuovo messaggio "Be Election Smart" ogni lunedì**, per potenziare la resilienza dei cittadini europei contro la disinformazione e fornire consigli pratici su come identificare fake news, riconoscere fonti attendibili e analizzare criticamente i contenuti online.

Report a cura di Federica Urzo e Silvia Stellacci