



Facebook e la lotta alla disinformazione in Italia

Iniziative per combattere le notizie false e supportare la sicurezza dell'informazione anche durante le elezioni italiane



Suggerimenti per individuare le notizie false

Rachel, ci stiamo impegnando per limitare la diffusione delle notizie false. Scopri come capire se una notizia è vera o meno.

:

Facebook annuncia in Italia una serie di iniziative per creare una comunità informata e per aiutare le persone a prendere decisioni più consapevoli su cosa leggere e condividere sulla piattaforma.

In sintesi questi i punti della campagna: attività di Fact-Checking in collaborazione con Pagella Politica; uno strumento educativo contro la disinformazione realizzato in collaborazione con Fondazione Mondo Digitale; partecipazione al Tavolo

tecnico per la garanzia del pluralismo e della correttezza sulle piattaforme digitali lanciato da AGCOM a dicembre 2017.

Inoltre oggi viene lanciato il Security Megaphone: uno strumento che apparirà in cima al News Feed di candidati e partiti politici per spiegare l'importanza dell'autenticazione a due fattori, e il sito web Facebook Elections, dedicato agli attori politici. "Questo - si legge in una nota di Fb - per far comprendere meglio la piattaforma e gli strumenti a disposizione".

Facebook sostiene di voler garantire un ambiente protetto e combattere la disinformazione con alcuni strumenti suggeriti dal team sicurezza: usare gli Articoli Correlati; utilizzare l'apprendimento automatico per limitare lo spam e mostrare agli utenti meno post che contengono link a pagine web di bassa qualità; nuove modalità per combattere i casi in cui la vera destinazione di un post o di un annuncio pubblicitario viene mascherata; ridurre l'influenza degli spammer; ridurre il numero di notizie provenienti da fonti che pubblicano regolarmente titoli 'acchiappa-click'; limitare la diffusione nel News Feed di storie che generano video *clickbait*; introdurre i loghi degli editori accanto agli articoli presenti nelle sezioni Trending e Search; nuovi Indicatori di Fiducia degli editori, istituiti dal Trust Project; infine, iniziare a declassare i singoli post di persone e Pagine che fanno uso di engagement bait, per ridurre la diffusione di contenuti di spam, sensazionalistici o fuorvianti.