

Competenze digitali di base per una partecipazione attiva alla vita civica e sociale

MODULO: L'UTILIZZO DEI MEDIA

Fundacja Instytut Re-Integracji Społecznej

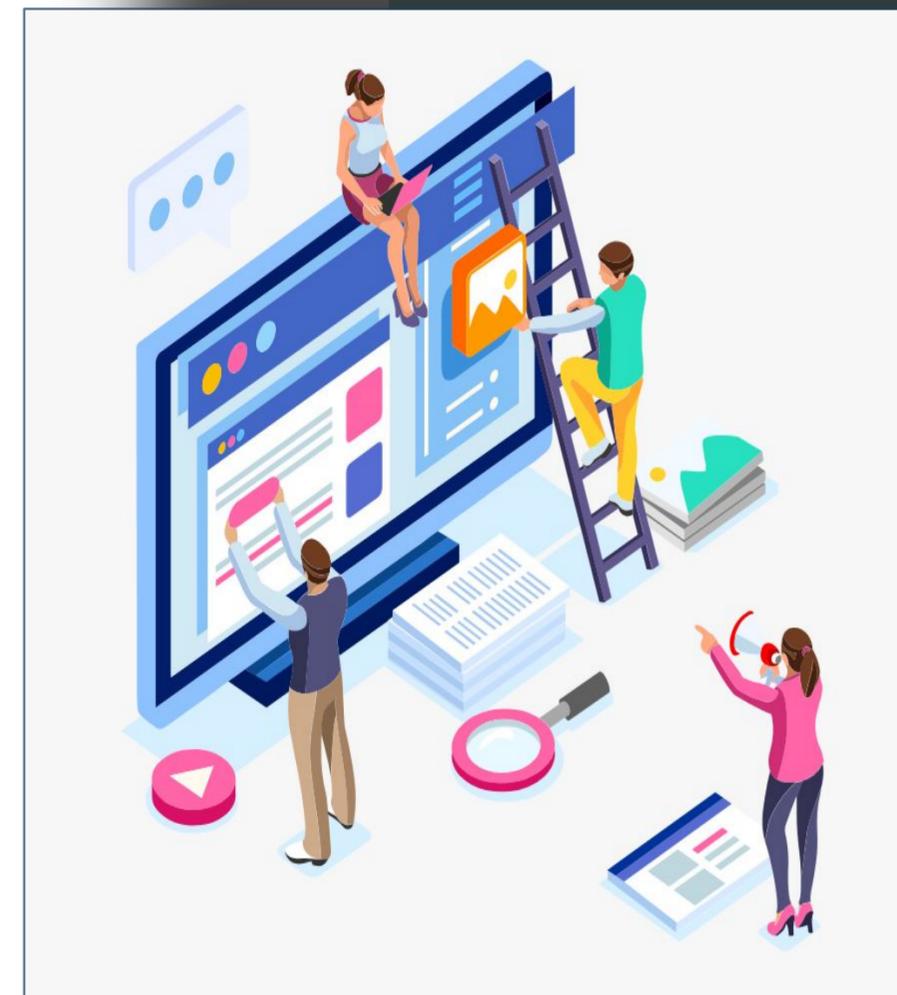


Partner



Descrizione del modulo

All'interno di questo modulo esploreremo le pratiche che consentono di accedere, valutare, creare o manipolare i media. L'obiettivo principale di questo modulo è rendere consapevoli dell'influenza che i media possono avere. I partecipanti saranno dotati di strumenti che li aiuteranno ad analizzare criticamente i messaggi. Il modulo offrirà, inoltre, vari strumenti per ampliare l'utilizzo dei media e sviluppare capacità creative nel creare i propri messaggi multimediali. Parleremo dell'affidabilità delle fonti informative e dei rischi contenuti nei nuovi media.



Simboli chiave

1



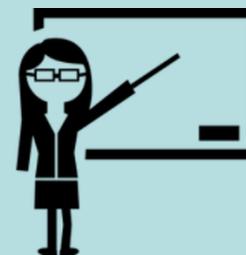
DEFINIZIONI

2



SUGGERIMENTI

3



ATTIVITÀ

Argomenti

ARGOMENTO 1

Tipologia delle fonti e dei servizi informativi

ARGOMENTO 2

Valutare l'affidabilità delle fonti informative

ARGOMENTO 3

La manipolazione mediatica

ARGOMENTO 4

L'utilizzo dei media e la sicurezza online



ARGOMENTO 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi

Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi

INTRODUZIONE

L'unità affronta vari tipi di fonti di informazione e servizi spiegandone le differenze. Tra questi: libri, enciclopedie, riviste, banche dati, giornali, cataloghi di biblioteche e le diverse risorse in Internet.



Vale la pena diversificare la selezione delle fonti di informazione a seconda della loro disponibilità e della pertinenza delle informazioni.



Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi



LIBRO è un mezzo che contiene informazioni sotto forma di testo o immagini, tipicamente composto da molte pagine rilegate insieme e protette da una copertina. Come oggetto di conoscenza, un libro richiede un considerevole investimento di tempo per essere prodotto e un investimento di tempo altrettanto considerevole, sebbene minore, per essere letto. I libri possono consistere solo di disegni, incisioni o fotografie, cruciverba o addirittura modellini di bambole in carta. In un libro fisico le pagine possono essere lasciate vuote o possono presentare anche solo un insieme di righe, per esempio in un libro dei conti, un'agenda, un libro per autografi, un libro per appunti, un diario o un taccuino. Alcuni libri fisici sono realizzati con pagine spesse e abbastanza robuste da supportare altri oggetti fisici, come un album di ritagli o un album fotografico. I libri possono essere distribuiti in formato elettronico come e-book e altri formati.



SUGGERIMENTI:

Se vuoi ampliare la conoscenza su un dato argomento, prendi un libro e investi il tempo nella lettura. Il tipo di libro dipende dalle conoscenze specifiche che desideri acquisire.



Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi



Un' **ENCICLOPEDIA** è un'opera di riferimento o un compendio che fornisce conoscenze sintetiche su molti argomenti o su un particolare campo o disciplina. Le enciclopedie sono divise in articoli o voci che sono spesso disposte in ordine alfabetico o, talvolta, per categorie tematiche. Le voci dell'enciclopedia sono più lunghe e dettagliate di quelle presenti nella maggior parte dei dizionari. In generale, a differenza delle voci del dizionario, che si concentrano su informazioni linguistiche, come la loro etimologia, il significato, la pronuncia, l'uso e le forme grammaticali, gli articoli dell'enciclopedia si concentrano su informazioni fattuali relative all'argomento citato nel titolo dell'articolo. Le enciclopedie possono essere generali o specifiche (riguardare ad esempio la scienza, lo sport o gli animali).



ATTIVITÀ
Lezione 1



Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi



Un **MAGAZINE** è una pubblicazione periodica stampata su carta patinata lucida o opaca o, ancora, pubblicata elettronicamente come rivista online. Le riviste vengono generalmente pubblicate a cadenza regolare e contengono una varietà di contenuti. Sono generalmente finanziati attraverso la pubblicità, da chi le acquista, attraverso abbonamenti prepagati o da una combinazione dei tre. Le riviste possono essere distribuite tramite posta, vendute in edicola, in libreria o altri negozi o tramite distribuzione gratuita in punti di ritiro selezionati.



SUGGERIMENTI:

Se i tuoi interessi riguardano un campo specifico e hai bisogno di informazioni affidabili, scegli riviste più istituzionali. Puoi trovare alcuni esempi di risorse gratuite su Internet.



ATTIVITÀ
Lezione 1



Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi



Un **GIORNALE** è una pubblicazione periodica contenente informazioni che riguardano eventi di attualità ed è spesso stampato con inchiostro nero su sfondo bianco o grigio. I giornali possono coprire un'ampia varietà di campi come la politica, gli affari, lo sport e l'arte e spesso includono materiali come rubriche di opinione, previsioni del tempo, recensioni di servizi locali, necrologi, avvisi di nascita, cruciverba, vignette editoriali, fumetti e consigli. La maggior parte dei giornali sono pubblicati da editori privati che si sostengono attraverso entrate da abbonamenti, vendite in edicola e entrate pubblicitarie. I giornali sono tradizionalmente pubblicati in formato cartaceo (di solito su carta economica e di bassa qualità chiamata carta da giornale). Tuttavia, oggi la maggior parte dei giornali viene pubblicata anche sui siti web nella versione online e alcuni hanno persino abbandonato del tutto le versioni cartacee.



ATTIVITÀ
Lezione 1



Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi



Un **DATABASE** è una raccolta organizzata di dati, generalmente archiviati e accessibili elettronicamente attraverso un sistema informatico. Laddove i database sono più complessi, vengono spesso sviluppati utilizzando tecniche e modelli matematici. Il sistema di gestione del database (DBMS) è il software che interagisce con gli utenti finali, le applicazioni e il database stesso per acquisire e analizzare i dati. Il software DBMS comprende inoltre le funzionalità principali fornite per amministrare il database. L'insieme di database, DBMS e delle applicazioni associate è, di fatto, un "sistema interagente". Esistono diversi tipi di database: in-memory database (che gestisce i dati nella memoria centrale), database su cloud, database attivo, database deduttivo o distribuito.



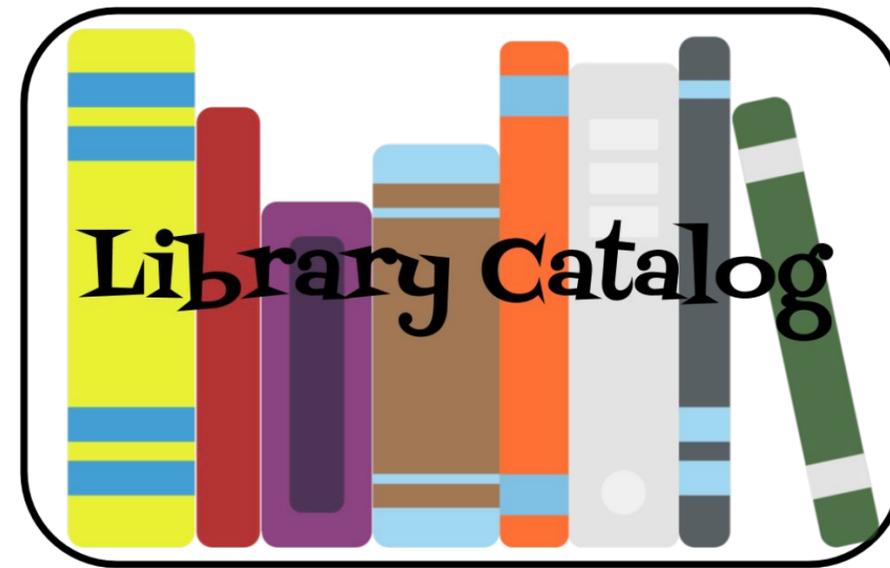
ATTIVITÀ
Lezione 1



Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi



Un CATALOGO DELLA BIBLIOTECA è un registro di tutti gli elementi bibliografici trovati in una biblioteca o in una rete di biblioteche. Un elemento bibliografico può riferirsi a qualsiasi entità informativa (ad es. libri, file informatici, grafica, materiali cartografici, ecc.) considerata materiale librario (ad es. un singolo romanzo) o un gruppo di materiali bibliografici (ad es. una trilogia), o presenti nel catalogo (ad es. una pagina web) nella misura in cui è rilevante per il catalogo e per gli utenti della biblioteca. Il più grande catalogo internazionale di biblioteche al mondo è il catalogo WorldCat union (www.worldcat.org) gestito dalla cooperativa bibliotecaria senza scopo di lucro OCLC. Nel luglio 2020, WorldCat aveva quasi 500.000 record di cataloghi e oltre 3 miliardi di biblioteche.



ATTIVITÀ
Lezione 1



Argomento 1: Tipologia delle fonti e dei servizi informativi

INTERNET è diventato un'importante fonte di informazioni. Secondo un recente sondaggio, Internet è, per gli adulti, la fonte più popolare o, parimenti popolare ai giornali per 5 dei 16 argomenti contenuti nel sondaggio: ristoranti, imprese, alloggi, scuola e lavoro. Oltre agli argomenti per i quali è la fonte principale, Internet è spesso la seconda fonte di informazioni più importante su una varietà di altri argomenti: eventi, meteo e attività artistiche e culturali locali. A volte, le ricerche su Internet non rappresentano la fonte più importante, ma almeno la risorsa supplementare o il punto di partenza per ricerche più approfondite. Le ricerche in rete devono il loro successo alla facile accessibilità e al risparmio di tempo. Molto spesso le ricerche in rete hanno come fine ultimo quello di rendere più facili le attività quotidiane. Tuttavia, spesso vengono mosse alcune critiche a Internet sulla base di esperienze negative e della presenza di tutti i tipi di contenuti, compresi quelli di bassa qualità. Pertanto, la valutazione critica delle fonti diventa essenziale!





ARGOMENTO 2:
Valutare l'affidabilità delle
fonti informative

Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

INTRODUZIONE

Questa unità affronta il tema della valutazione critica delle fonti di informazione. Capiremo come valutare la credibilità delle informazioni disponibili. Poiché i termini "post-verità", "notizie false" e "fatti alternativi" diventano sempre più frequenti, è essenziale possedere la capacità di valutare criticamente in autonomia le informazioni.



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Il concetto di "notizie false" contiene tre nozioni: errata informazione, disinformazione e cattiva informazione. È importante distinguere i messaggi veri da quelli falsi e i messaggi creati o distribuiti appositamente per causare danni. Analizziamo la differenza:



INFORMAZIONI ERRATE: informazioni false, ma non create con l'intenzione di causare danni (ad esempio qualcuno che pubblica un articolo contenente informazioni ormai obsolete senza rendersene conto).



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Il concetto di "notizie false" contiene tre nozioni: errata informazione, disinformazione e cattiva informazione. È importante distinguere i messaggi veri da quelli falsi e i messaggi creati o distribuiti appositamente per causare danni. Analizziamo la differenza:



DISINFORMAZIONE: Informazioni false e create deliberatamente per danneggiare una persona, un gruppo, un'organizzazione o un paese (ad es. un concorrente che pubblica intenzionalmente statistiche false un'altra organizzazione con l'intento di screditarla).



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Il concetto di "notizie false" contiene tre nozioni: errata informazione, disinformazione e cattiva informazione. È importante distinguere i messaggi veri da quelli falsi e i messaggi creati o distribuiti appositamente per causare danni. Analizziamo la differenza:



CATTIVA INFORMAZIONE: Informazioni basate sulla realtà, utilizzate per infliggere danni a una persona, un'organizzazione o un paese (ad esempio qualcuno che utilizza l'immagine di un bambino rifugiato morto senza spiegare il contesto, nel tentativo di accendere l'odio verso un particolare gruppo etnico).



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Scopriamo la differenza!

L'informazione errata può essere identificata piuttosto rapidamente esaminando la cronologia dell'account in questione per determinare se esiste uno schema chiaro di pubblicazione di contenuti errati o se si è trattato di un errore innocente una tantum.

Disinformazione e cattiva informazione possono essere altrettanto facilmente identificate attraverso un'analisi attenta, ma sono generalmente difficili da differenziare. Pensa alla cattiva informazione come contenente qualcosa di reale che è stato preso completamente fuori contesto e con intenti dannosi, mentre la disinformazione contiene menzogne aperte senza alcun elemento di verità.



ATTIVITÀ
Lezione 2



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Per valutare una fonte, poniti una serie di domande che riguardano attualità, pertinenza, accuratezza e scopo. Questo processo ti aiuterà a determinare se una fonte è credibile e ti aiuterà a identificare se è rilevante per la tua ricerca.

Attualità: analizza se la data di pubblicazione delle informazioni è adatta al tuo scopo.

- Di chi è il copyright e quale è la data di pubblicazione?
- Perché la data è o non è importante per il messaggio o il contenuto della fonte?
- Le informazioni sono obsolete rispetto all'argomento?



ATTIVITÀ Lezione 3

Is your source CRAAP tested?

Critically analyzing sources is an important component of the research process. When evaluating a source, there are many factors that contribute to its usefulness, reliability, and appropriateness for your research. Use information from the source to help you determine whether or not you should use it for your project.

What is the type of source? (Select one option by placing an X in the box.)

<input type="checkbox"/> Book	<input type="checkbox"/> Magazine Article
<input type="checkbox"/> Journal Article	<input type="checkbox"/> News/Newspaper Article
<input type="checkbox"/> Government Document	<input type="checkbox"/> Web Page/Site
<input type="checkbox"/> Image	<input type="checkbox"/> Video (web or dvd)
<input type="checkbox"/> Audio / Podcast	<input type="checkbox"/> Blog
<input type="checkbox"/> Other, please specify: _____	

Use the questions to evaluate the source.

Currency: To determine if the date of publication of the information is suitable for your project.
What is the copyright, publication, or posting date?
Why is or isn't the date important for the message or content of the source?
Is the information outdated in relation to the topic?

Relevance: To determine how applicable the information is for the purpose of your project.
For what audience or level is the information written (general public, experts/scholars, etc.)?
Explain why you would or would not quote/reference the information from this source in your project.

Authority: To determine if the source author, creator, or publisher of the information is the most knowledgeable.
Who is the author, creator, or publisher of the source or what organization is responsible for the source? How do you know if the author is an expert on the topic (e.g. examine the author's credentials, experience, and/or organizational affiliation)? Is there contact information available?
From where does the money for the research or programming come, if relevant?

Accuracy: To determine the reliability, truthfulness and correctness of the content.
What indicators do you see that the information is or is not well researched or provides sufficient evidence? Are facts and claims documented within the text, as notes, or in a bibliography?
What kind of language, imagery and/or tone is used (e.g. emotional, objective, professional, etc.)?

Purpose: To determine the reason why the information exists.
Why was this source written (e.g. to inform, teach, entertain, persuade)?
How might the author's affiliations affect the point of view, slant, or potential bias of the source?
How might the intended audience affect the point of view, slant, or potential bias of the information?
What conclusions are presented, and is the information complete? Is anything major excluded?
How does this resource compare to others on the same topic?



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Rilevanza: analizza quanto le informazioni sono applicabili allo scopo della tua ricerca.

- Per quale pubblico o per quale livello di conoscenza sono scritte le informazioni (pubblico in generale, esperti/studiosi, ecc.)?
- Spiega perché citeresti o non citeresti/faresti riferimento alle informazioni da questa fonte per lo scopo della tua ricerca.

Autorevolezza: analizza se l'autore, il creatore o l'editore delle informazioni è il più informato tra le fonti disponibili.

- Chi è l'autore, il creatore o l'editore della fonte o quale organizzazione è responsabile della fonte?
- Sono disponibili informazioni di contatto? Come si fa a sapere se l'autore è un esperto sull'argomento (ad es. esaminare le credenziali, l'esperienza e/o l'affiliazione a organizzazioni dell'autore)?
- Da dove provengono i soldi per la ricerca o il programma, se rilevanti?



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Accuratezza: analizza l'affidabilità, la veridicità e la correttezza del contenuto.

- Le informazioni sono o non sono ben studiate o forniscono prove sufficienti?
- Che tipo di linguaggio, immagini e/o tono viene utilizzato (ad es. emotivo, obiettivo, professionale, ecc.)?
- Le prove supportano le premesse/affermazioni e le conclusioni?
- I fatti e le affermazioni sono documentati o citati all'interno del testo, come note o in una bibliografia?

Scopo: analizza il motivo per cui esistono le informazioni.

- Perché è stata scritto quello che hai trovato (ad esempio per informare, insegnare, intrattenere, persuadere)?
- In che modo l'affiliazione dell'autore può influenzare il punto di vista, l'inclinazione o il potenziale pregiudizio della fonte informativa?
- In che modo il pubblico previsto può influenzare il punto di vista, l'inclinazione o il potenziale pregiudizio delle informazioni?
- Quali conclusioni vengono presentate e le informazioni sono complete? È escluso qualcosa di importante?
- Raffronta ciò che hai trovato con altre fonti sullo stesso argomento.



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

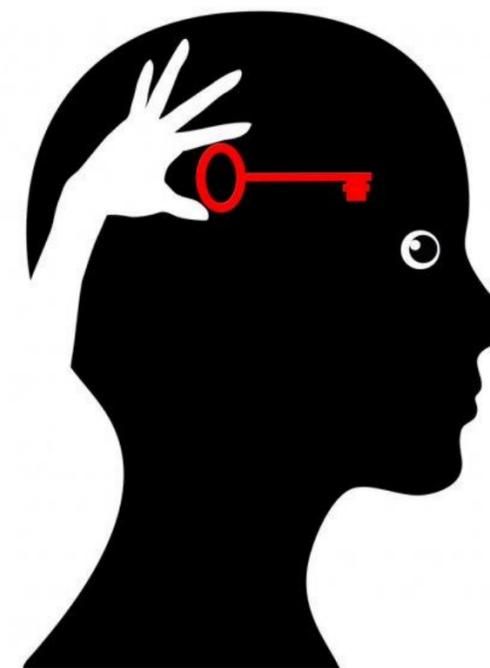
Approfondiamo ulteriormente:

Argomentazioni: quali sono le affermazioni dell'autore?

- Qual è la posizione dell'autore?
- Quali ragioni fornisce l'autore per sostenere la sua posizione?
- Ci sono difetti nella logica dell'autore?
- Sei d'accordo o in disaccordo con le argomentazioni o la prospettiva dell'autore?
- Perché?
- Qual è la tua posizione su questo argomento?
- Quali prove (cioè ricerche) puoi fornire a sostegno della tua posizione?

Auto-consapevolezza: analizza te stesso

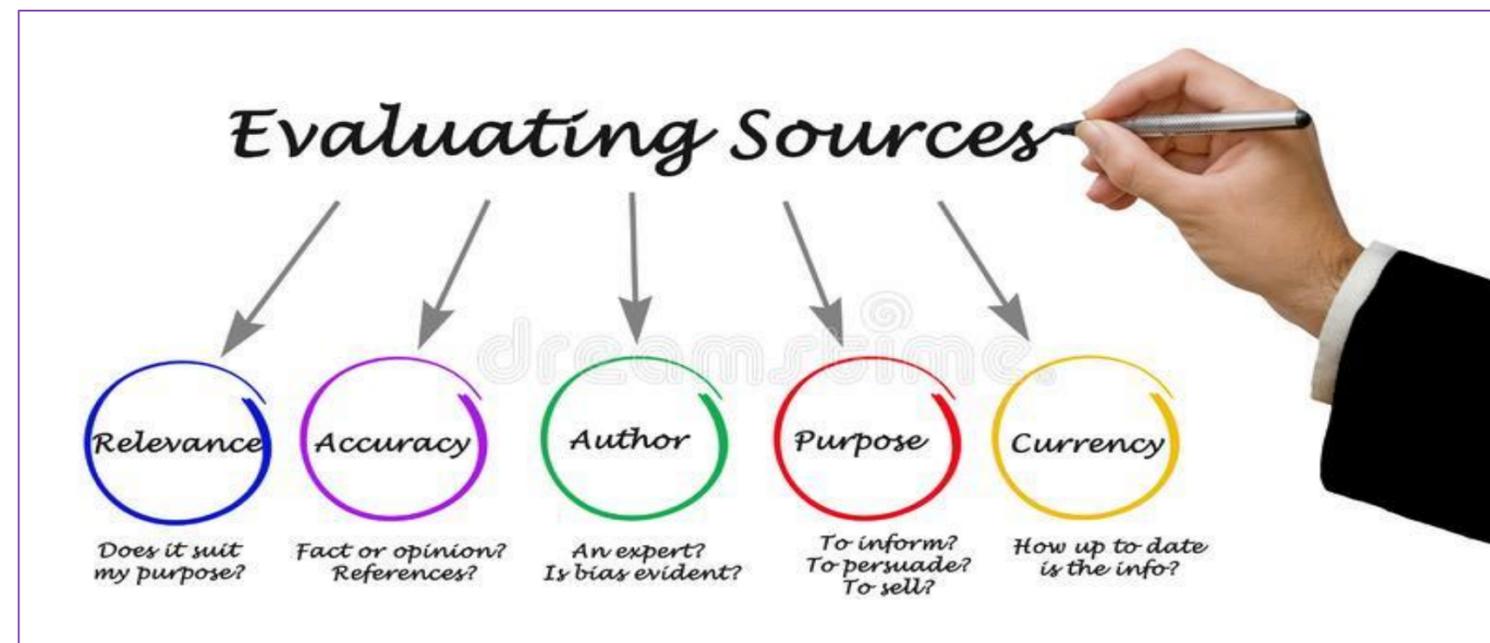
- Esamina la tua prospettiva e assicurati di cercare informazioni che rappresentino prospettive e visioni del mondo alternative.
- Assicurati di non cercare o favorire fonti che confermano solo le tue convinzioni esistenti (evita pregiudizi di conferma).
- Mettiti a disagio.
- Leggi da più fonti possibili (anche se non sei d'accordo con tali fonti); questo ti aiuterà a essere consapevole dei vari aspetti di un dibattito/problema.



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

L'obiettivo principale della valutazione è comprendere il significato e il valore di una fonte in relazione ad altre fonti e al proprio pensiero su un argomento.

Valutare le informazioni, quindi, significa analizzare le informazioni da una prospettiva critica. Il processo di valutazione ci impone di fare un passo indietro e di considerare attentamente le fonti che utilizziamo e come le usiamo, di non affrettarci a giudicare ma di pensare al contenuto degli articoli che stiamo leggendo o dei risultati della ricerca online. Dobbiamo anche considerare le relazioni tra le diverse fonti e il modo in cui lavorano insieme per costruire "il discorso" su determinati argomenti o problemi. Una "conversazione" in questo senso si riferisce alle diverse prospettive e argomenti che riguardano una particolare questione (o insieme di questioni).



Argomento 2: Valutare l'affidabilità delle fonti informative

Sia che stiamo guardando le notizie, leggendo il blog di un amico, facendo ricerche su questioni relative alla salute o utilizzando le informazioni in qualche altro modo, generalmente attingiamo ai nostri valori ed esperienze di vita per esprimere giudizi relativamente rapidi sulla validità delle informazioni a cui siamo esposti. A volte non consideriamo nemmeno il fatto che abbiamo espresso un giudizio preventivo su quello di cui possiamo fidarci. Siamo semplicemente con il pilota automatico, ma non deve essere per forza così. Sui siti web di molte accademie e università nel mondo si possono trovare alcune guide, tutorial, podcast o opportunità di formazione sulla valutazione critica delle fonti.





ARGOMENTO 3: La manipolazione mediatica

Argomento 3: La manipolazione mediatica



LA MANIPOLAZIONE MEDIATICA comprende una serie di tecniche correlate con cui vengono manipolate le informazioni per favorire interessi specifici. Si tratta di strategie che spesso includono l'uso di errori logici, manipolazioni psicologiche, inganno totale (disinformazione), tecniche retoriche e di propaganda e spesso comportano l'eliminazione di informazioni o punti di vista escludendoli, inducendo altre persone o gruppi di persone a fermarsi ascoltando determinati argomenti o semplicemente distogliendo l'attenzione incanalandola da altre parti.



Astroturfing è quando c'è l'intento e il tentativo di creare l'illusione che una particolare causa, una persona o un'idea godano di molto consenso. Sebbene succeda principalmente su Internet, ci sono esempi di questa pratica anche sui giornali, principalmente durante le elezioni politiche.



Argomento 3: La manipolazione mediatica



Clickbait (acchiappa clic) si riferisce a titoli di articoli di notizie online sensazionalistici o talvolta completamente falsi. Viene sfruttata la naturale curiosità delle persone per indurle a fare clic. In alcuni casi il clickbait viene semplicemente utilizzato per generare guadagni, più clic significano maggiori entrate attraverso gli inserzionisti.



Il **riciclaggio di propaganda** è un metodo che utilizza una piattaforma meno affidabile o meno popolare per pubblicare una storia di dubbia origine o veridicità. Questa tecnica serve a impedire che i media secondari più affermati vengano incolpati nel caso emerga la falsità di quella storia.



Argomento 3: La manipolazione mediatica



Nel marketing attraverso i motori di ricerca, i siti web utilizzano ricerche di mercato, servendosi di ricerche precedenti e altre fonti, per aumentare la loro visibilità nelle pagine dei risultati dei motori di ricerca. Ciò consente loro di guidare i risultati verso ciò che desiderano e quindi esercitare influenza. Le aziende hanno molte tattiche per attirare i clienti nei loro siti web e generare entrate attraverso i banner pubblicitari, l'ottimizzazione dei motori di ricerca e gli strumenti di marketing pay-per-click attraverso cui si ricevono compensi per ogni clic effettuato su un dato link. Si tratta di strumenti diversi che si rivolgono a diverse tipologie di utenti. Per esempio, i banner pubblicitari vengono visualizzati su siti che poi reindirizzano ad altri siti simili.



ATTIVITÀ
Lezione 4

Argomento 3: La manipolazione mediatica

Vale la pena ricordare che tutti i metodi di manipolazione dei mass media più moderni sfruttano la poca attenzione degli utenti, supponendo che il pubblico abbia una capacità di attenzione limitata. Molte tecniche di distrazione vengono utilizzate nella propaganda politica, ad es. per confutare un argomento con risposte evasive attaccando un altro argomento.

*“Orientare l'attenzione pubblica su questioni di poca importanza, permette di allontanarla dai veri problemi sociali. Mantieni il pubblico impegnato, impegnato, impegnato, non c'è tempo per pensare, torna alla fattoria e ad altri animali” (citazione dal testo *Silent Weapons for Quiet War*)*



SUGGERIMENTI:

Siti affidabili di verifica dei fatti come Snopes possono aiutarti a verificare storie che sembrano troppo belle per essere vere.

Argomento 3: La manipolazione mediatica

I media che utilizzano immagini utilizzano talvolta foto manipolate con Photoshop. Lo si fa per far sembrare più bello un prodotto, una persona o un'idea. Si può raggiungere questo scopo mettendo in evidenza alcune caratteristiche del prodotto e utilizzando determinati strumenti di modifica per ingrandire la foto, per attirare e persuadere il pubblico.



La manipolazione dei video è una nuova tecnica di manipolazione dei media applicata ai video digitali utilizzando una combinazione di elaborazione video tradizionale e tecniche di editing video e le tecnologie dell'intelligenza artificiale come il riconoscimento facciale. Nella tipica manipolazione video, la struttura facciale, i movimenti del corpo e la voce del soggetto vengono replicati per creare false riproduzioni del soggetto. Questa forma di disinformazione ha contribuito alla creazione di notizie false e ci sono stati casi in cui questa tecnologia è stata utilizzata durante campagne politiche.



ATTIVITÀ
Lezione 4



Argomento 3: La manipolazione mediatica



Pubblicità attività attraverso la quale si attira l'attenzione del pubblico su qualcosa, in particolare attraverso annunci a pagamento di prodotti e servizi. Viene utilizzata dalle aziende che desiderano vendere il loro prodotto investendo sui media per mostrare i loro prodotti o servizi (per es. durante le interruzioni televisive, i banner su siti web e applicazioni mobili).



Una **bufala** è una notizia falsa riportata da giornali o siti di notizie. Notizie fuorvianti, frodi scientifiche, false minacce di bombe e truffe aziendali sono esempi di bufale. Una caratteristica comune è che si basano sulla menzogna e l'inganno, per lo più in maniera oltraggiosa, drammatica e allo stesso tempo credibile e ingegnosa.



La **propaganda** è una forma di comunicazione che mira a influenzare l'atteggiamento di una comunità verso una causa o una posizione presentando solo un lato della questione. La propaganda è comunemente utilizzata politicamente, ma anche alcune forme di comunicazione di massa create da alcune potenti organizzazioni possono essere considerate propaganda.



ATTIVITÀ
Lezione 4



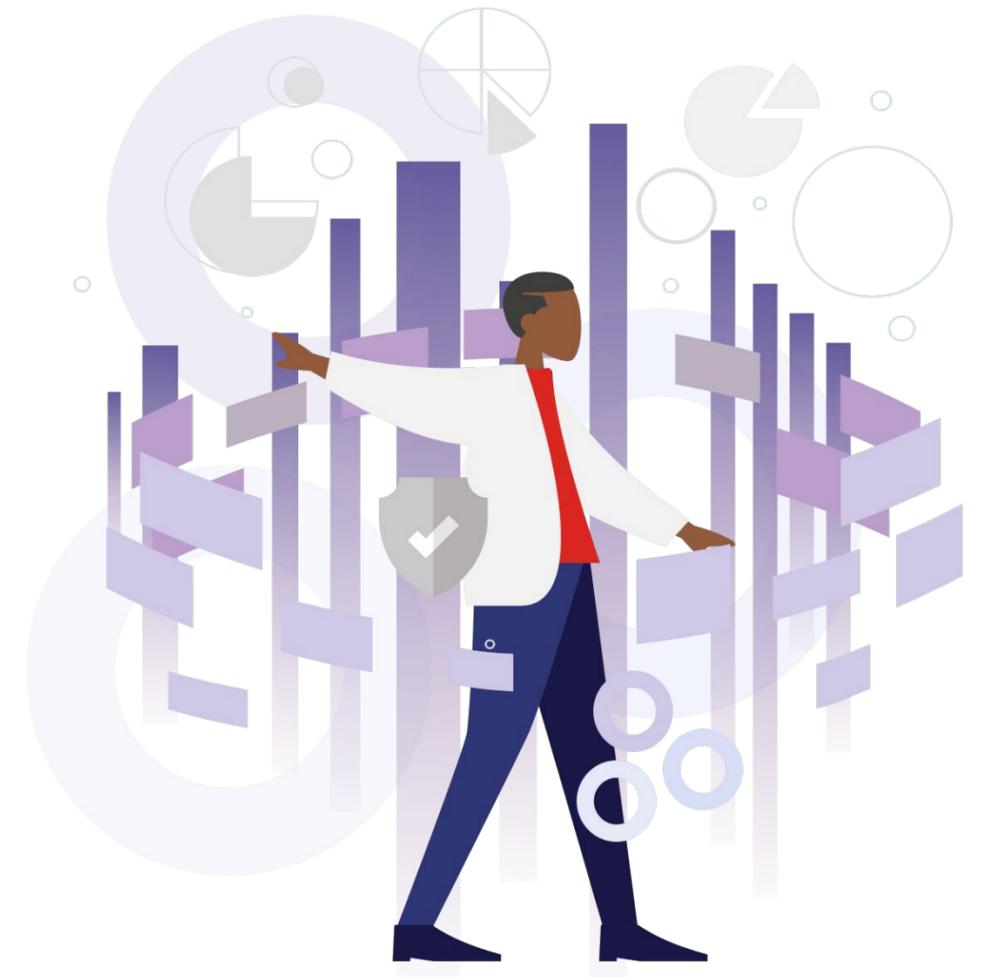
Argomento 3: La manipolazione mediatica



Un **professionista della conformità** è un esperto che perfeziona l'utilizzo di mezzi atti a ottenere influenza sui media. Sebbene i mezzi per acquisire influenza siano simili, i loro obiettivi variano da quelli politici, a quelli economici, a scopi personali. Pertanto, l'etichetta di professionista della conformità si applica a diversi gruppi di persone, inclusi propagandisti, gli esperti di marketing, i sondaggisti, i venditori e i sostenitori politici.

Tali professionisti utilizzano varie tecniche, come per esempio:

- norma della reciprocità
- coerenza
- conferma sociale.



SUGGERIMENTI:

Alcune storie che ti capiterà di leggere ti suoneranno "sbagliate", ma non saranno necessariamente notizie false. Potrebbero essere satira intenzionale o qualcosa che proviene da un sito web umoristico, come The Onion o The Daily Mash, per esempio.

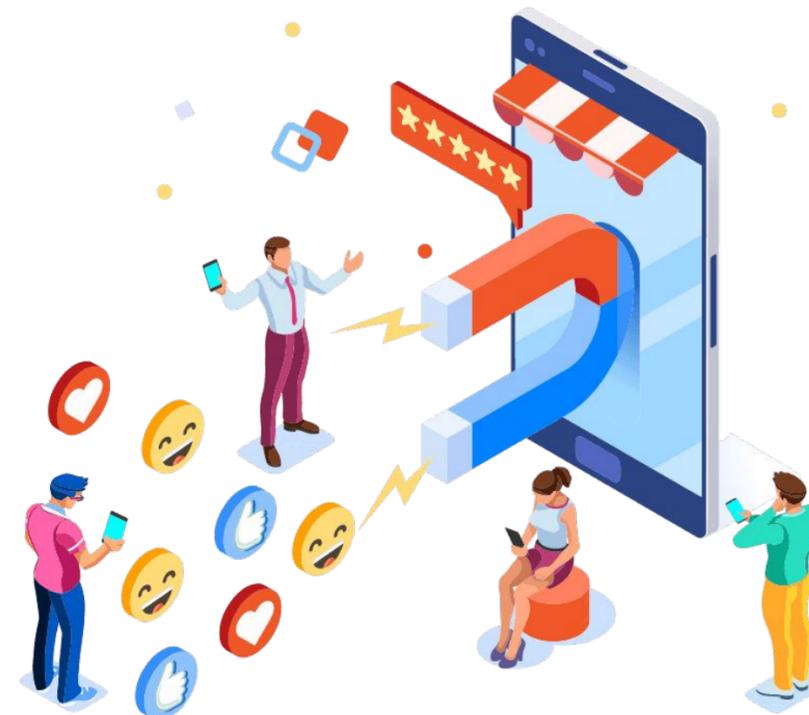


Argomento 3: La manipolazione mediatica

La **norma della reciprocità** prevede che venga riconosciuto e in qualche modo ripagato ciò che gli altri fanno per noi. Può essere inteso come l'aspettativa che le persone rispondano in modo positivo l'una all'altra quando ricevono benefici o rispondano con indifferenza o ostilità ai danni ricevuti.

La **coerenza**, o il **principio di coerenza**, si riferisce al forte bisogno psicologico di essere coerente con atti e dichiarazioni precedenti. Il principio di coerenza afferma che le persone cambieranno i propri atteggiamenti, convinzioni, percezioni e azioni per raggiungerlo.

La **conferma sociale** è un fenomeno psicologico e sociale in cui le persone copiano le azioni degli altri in una determinata situazione. Il concetto è anche noto come **influenza sociale informativa**. Gli effetti dell'influenza sociale possono essere visti nella tendenza di grandi gruppi a conformarsi sia che le scelte siano corrette che sbagliate.



Argomento 3: La manipolazione mediatica

Disinformazione Covid-19 e manipolazione dei social media – L'EPIDEMIA INFORMATIVA

Una serie di attori sta manipolando l'ambiente informativo per sfruttare la crisi COVID-19 perseguendo una sorta di guadagno strategico. Molti centri di politica informatica stanno monitorando molti di questi attori statali e non statali online e occasionalmente pubblicano rapporti investigativi basati sui dati che sfruttano l'uso di disinformazione, propaganda, narrazioni estremiste e teorie complottiste.

In relazione alla disinformazione sul Covid-19, è utile provare a seguire questo processo:

- controllare la fonte, controllare l'autore e controllare il contenuto
- seguire i consigli degli esperti sulla verifica delle notizie e sulle cose da fare se qualcuno condivide informazioni errate.



SUGGERIMENTI:

Guarda i webinar disponibili organizzati da università o accademie di tutto il mondo.



ATTIVITÀ

Lezione 4





ARGOMENTO 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza

Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza

INTRODUZIONE

Questa unità mira ad aumentare le conoscenze relative alla sicurezza online. Fornisce informazioni complete, strumenti e supporto per educatori e studenti senior riguardo la sicurezza online. Troverete diverse risorse come video, tutorial o linee guida sulla sicurezza in Internet.



Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza

Essere al sicuro online significa avere le conoscenze per identificare i potenziali rischi e, quindi, essere più sicuri nelle attività di navigazione in Internet e di condivisione. Avere informazioni sulla sicurezza aiuta a diventare più vigili e, quindi, utenti migliori di Internet.

PERCHÉ È COSÌ IMPORTANTE?

I consigli che troverai per navigare sicuri sono un buon inizio per acquisire tutto quello che serve per navigare in questi ambienti online in modo sicuro indipendentemente dallo strumento che viene utilizzato (cellulare o PC).

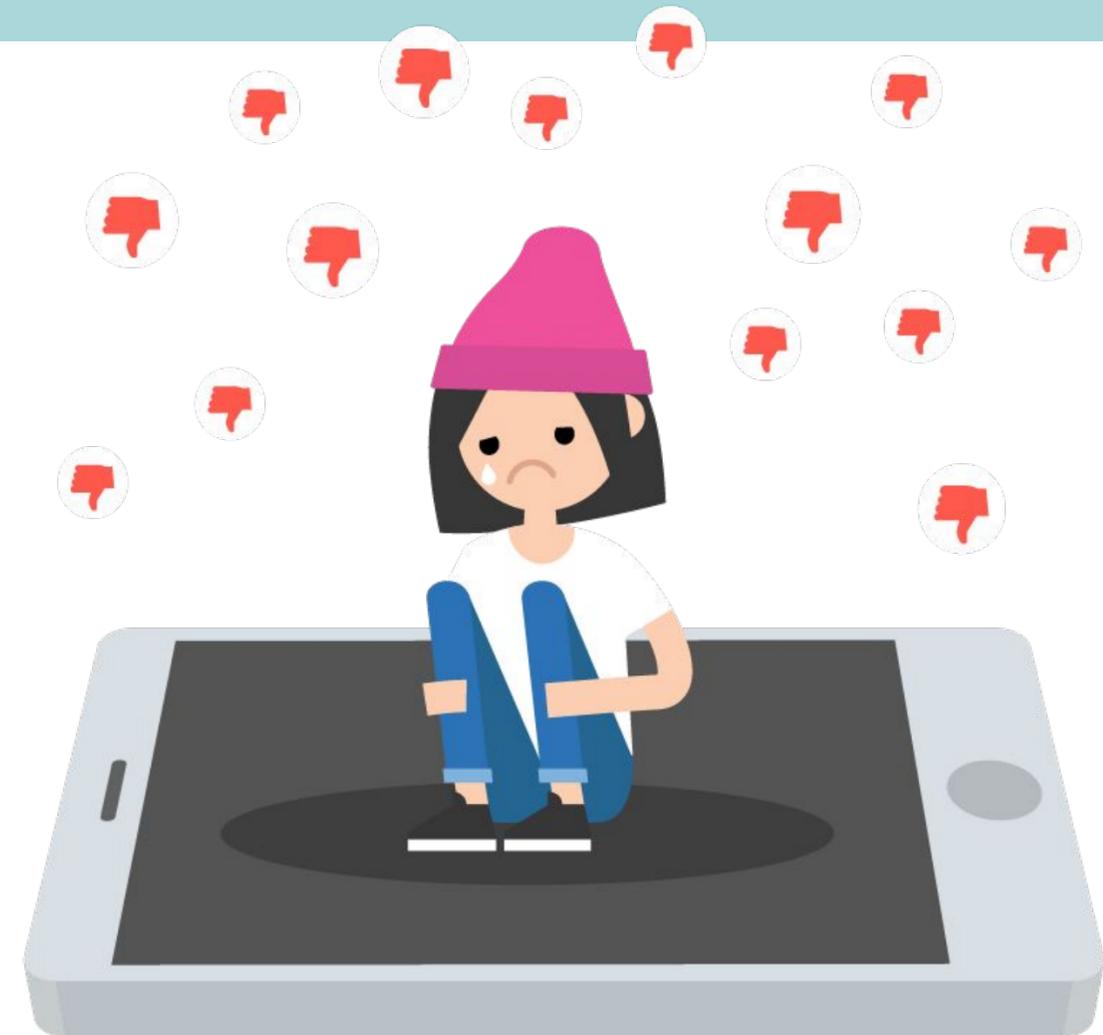


Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza

Esistono una serie di ottime risorse e video sulla sicurezza in Internet provenienti da una vasta gamma di fonti. Sono ottimi strumenti per sensibilizzare e sviluppare buone pratiche online .

Ecco alcuni degli argomenti trattati:

- Cyberbullismo
- Sexting
- I contenuti più adatti alla fascia d'età
- Condivisione di fotografie e autorizzazioni
- Estorsione informatica
- Sfruttamento online
- Plagi e diritto d'autore
- Protezioni antivirus



ATTIVITÀ
Lezione 5



Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza



Per **cyberbullismo** si intende l'uso della comunicazione elettronica per intimidire una persona, in genere inviando messaggi di natura intimidatoria o minacce. Il cyberbullismo si verifica quando qualcuno, in genere un adolescente, fa il prepotente o molesta altre persone in Internet o in altri spazi digitali, in particolare sui social media.

Sexting indica l'azione o la pratica di inviare fotografie o messaggi sessualmente espliciti tramite telefono cellulare, computer o qualsiasi dispositivo digitale.

Per **contenuti adatto all'età** si intendono i contenuti presenti in Internet che possono ritenersi adeguati all'età del lettore o del destinatario.

Per **condivisione di fotografie** si intende la pubblicazione o il trasferimento online di foto digitali. I siti web di condivisione di immagini offrono servizi come il caricamento, l'hosting, la gestione e la condivisione di foto (pubblicamente o privatamente).



Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza



L'estorsione informatica è un crimine online attraverso il quale gli hacker tengono in ostaggio i tuoi dati, il sito web, i sistemi informatici o altre informazioni sensibili finché non soddisfi le loro richieste di pagamento. Spesso assume la forma di ransomware (limitazione dell'accesso al dispositivo infettato) e attacchi DDoS (Distributed Denial of Service, malfunzionamento dovuto a un attacco informatico), che potrebbero impedirti attività online.



Sfruttamento e abuso online si verificano quando una persona manipola un'altra persona per convincerla a compiere attività sessuali: è un ciclo continuo di abusi emotivi e psicologici.



I software di protezione antivirus sono progettati per impedire che virus, vermi informatici e cavalli di Troia entrino in un computer o per rimuovere qualsiasi codice software dannoso che ha già infettato un computer. La maggior parte delle protezioni antivirus ora raggruppa funzionalità anti-spyware e anti-malware insieme alla protezione antivirus. I servizi di sicurezza Internet fanno un ulteriore passo avanti includendo funzionalità aggiuntive come anti-spam, anti-phishing, firewall, protezione dei file e ottimizzazione del PC.



ATTIVITÀ
Lezione 6



Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza



Un worm (verme informatico) è un programma o un insieme di programmi in grado di diffondere copie di se stesso su altri sistemi informatici. Ciò avviene solitamente tramite allegati di posta elettronica o tramite connessioni di rete.



Gli attacchi di **phishing** utilizzano e-mail "false" e siti web fraudolenti per entrare in possesso di dati finanziari personali come numeri di carte di credito, numeri di conto corrente/di risparmio, nomi utente e password di account, numeri di previdenza sociale e altre informazioni personali dei consumatori.



Il **pharming** utilizza lo stesso tipo di siti del "phishing", ma utilizza malware/spyware per reindirizzare gli utenti dai siti web reali a siti fraudolenti. Il pharming implica l'uso di programmi Trojan, vermi e virus di altro tipo per attaccare la barra degli indirizzi del browser. Il pharming è molto più sofisticato del "phishing", poiché quando un cliente digita un indirizzo URL valido, viene reindirizzato a un sito fraudolento anziché al sito web digitato.



SUGGERIMENTI :

- Assicurati di utilizzare connessioni web sicure (cerca https nell'indirizzo web).
- Fai attenzione quando apri link o allegati che non ti aspettavi o che provengono da un mittente sconosciuto.
- Evita i siti web sospetti.
- Abilita l'autenticazione a due fattori sui siti che la offrono.
- Se possibile, utilizza un fornitore di servizi Internet affidabile.



Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza

Puoi gestire facilmente la tua reputazione online seguendo la lista di controllo consigliata da *watch_your_space*:



□ Controlla le impostazioni

Alcuni dei social network più popolari hanno come impostazione predefinita quella pubblica, il che significa che tutti possono vedere le fotografie, ciò che condividiamo o quello che scriviamo. Controlla regolarmente le tue impostazioni sulla privacy sui tuoi social network e app. Consigliamo un'opzione "solo amici" per i tuoi profili online.

□ Cercati online

Effettua una rapida ricerca online, se trovi qualcosa che non ti piace, segnalalo al sito web o all'host di rete richiedendo la rimozione del contenuto.

□ Disattiva i vecchi account

I social media cambiano così rapidamente che può essere facile dimenticare i vecchi account o le reti a cui ci siamo registrati. Se non stai utilizzando un account, eliminalo/disattivalo, questo può aiutare a evitare il rischio che quegli account/profilo vengano violati.

Argomento 4: L'utilizzo dei media e la sicurezza

Puoi gestire facilmente la tua reputazione online seguendo la lista di controllo consigliata da *watch_your_space*:

□ Utilizza bene il tempo che spendi online

Quello che facciamo online può seguirci in giro, quindi verifica che le conseguenze delle tue attività online siano positive. Che si tratti di avviare un blog o promuovere qualcosa a cui tieni, le possibilità sono infinite!

□ Pensa prima di pubblicare

Prima di condividere, commentare, mettere un like, pubblicare un post o un tweet... chiediti se è qualcosa che vuoi che gli altri vedano.

Utilizza il modello **THINK (PENSA)** quando non sei sicuro di un contenuto che vuoi pubblicare>>>

Chiediti: è **T**True (Vero)? È **H**elpful (d'aiuto)? È **I**llegale? È **N**ecessario? È **K**ind (gentile)?



Bibliografia

1. <https://en.wikipedia.org/wiki/Book>
2. <https://en.wikipedia.org/wiki/Encyclopedia>
3. <https://en.wikipedia.org/wiki/Magazine>
4. <https://en.wikipedia.org/wiki/Newspaper>
5. <https://en.wikipedia.org/wiki/Database>; https://en.wikipedia.org/wiki/Database#Use_cases
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Library_catalog
7. <https://www.pewresearch.org/internet/2011/09/26/part-5-the-role-of-the-internet/>
8. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0740818804000520>
9. <http://www.mikekujawski.ca/2019/09/05/misinformation-vs-disinformation-vs-malinformation/>
10. <https://guides.library.illinoisstate.edu/evaluating/craap>
11. <https://libguides.usask.ca/c.php?g=16390&p=90457>
12. <http://louisville.libguides.com/evaluation>

Bibliografia

13. https://en.wikipedia.org/wiki/Media_manipulation
14. <https://www.demenzemedicinagenerale.net/pdf/14-10-strategies-of-manipulation.pdf>
15. <https://www.mindtools.com/pages/article/fake-news.htm>
16. https://en.wikipedia.org/wiki/Norm_of_reciprocity
17. [https://en.wikipedia.org/wiki/Consistency_\(negotiation\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Consistency_(negotiation))
18. https://en.wikipedia.org/wiki/Social_proof
19. <https://www.aipm.gov.au/covid--disinformation>
20. <https://www.smithsonianmag.com/science-nature/how-avoid-misinformation-about-covid-19-180974615/>
21. <https://www.webwise.ie/teachers/online-safety-skills/>
22. <https://en.wikipedia.org/wiki/Cyberbullying>
23. https://en.wikipedia.org/wiki/Image_sharing
24. <https://kidshelpphone.ca/get-info/what-online-sexual-exploitation-and-abuse/>
25. https://www.webopedia.com/TERM/V/virus_protection.html
26. <https://www.bankofnewmadrid.com/phishing-pharming/>
27. <file:///C:/Users/HP/Downloads/online-reputation.pdf>

Glossario (1)

TERMINE	DEFINIZIONE
LIBRO	<p>Strumento per la condivisione di informazioni sotto forma di testi o immagini, tipicamente composto da molte pagine rilegate insieme e protette da una copertina. I libri possono essere distribuiti in formato elettronico come e-book e altri formati.</p> <p>□ Slide 8</p>
ENCICLOPEDIA	<p>Un'opera di riferimento o un compendio che fornisce conoscenze generali o di un particolare campo o disciplina. Le enciclopedie sono divise in articoli o voci che sono spesso disposte in ordine alfabetico per nome dell'articolo e talvolta per categorie tematiche.</p> <p>□ Slide 9</p>
RIVISTA	<p>Una pubblicazione periodica stampata su carta patinata lucida e opaca o pubblicata in formato elettronico. Le riviste vengono generalmente pubblicate a cadenza regolare e contengono una varietà di contenuti.</p> <p>□ Slide 10</p>
GIORNALE	<p>Una pubblicazione periodica contenente informazioni scritte su eventi di attualità stampata spesso con inchiostro nero su sfondo bianco o grigio. I giornali possono coprire un'ampia varietà di campi come la politica, gli affari, lo sport e l'arte e spesso includono materiali come colonne di opinioni, previsioni del tempo, recensioni di eventi locali e colonne di consigli. I giornali sono stati tradizionalmente pubblicati in formato cartaceo. Tuttavia, oggi la maggior parte dei giornali viene pubblicata anche sui siti web come giornali online e alcuni hanno persino abbandonato del tutto le versioni cartacee.</p> <p>□ Slide 11</p>



Glossario (2)

TERMINE	DEFINIZIONE
DATABASE	Una raccolta organizzata di dati, generalmente archiviati e accessibili elettronicamente da un sistema informatico. Esistono diversi tipi di database: database che gestiscono i dati nella memoria centrale, database su cloud, database attivo, database deduttivo o distribuito. □ Slide 12
CATALOGO BIBLIOTECARIO	Lista di tutti gli elementi bibliografici trovati in una biblioteca o in un gruppo di biblioteche, come una rete di biblioteche in più sedi. □ Slide 13
ERRATA INFORMAZIONE	Un'informazione falsa, ma non creata con l'intenzione di causare danni. □ Slide 17
DISINFORMAZIONE	Un'informazione falsa e creata deliberatamente per danneggiare una persona, un gruppo sociale, un'organizzazione o un paese. □ Slide 18
CATTIVA INFORMAZIONE	Un'informazione basata sulla realtà, utilizzata per infliggere danni a una persona, un'organizzazione o un paese. □ Slide 19
MANIPOLAZIONE MEDIATICA	Una serie di tecniche correlate in cui chi le utilizza mira a creare un'immagine o una discussione che favorisce i suoi interessi particolari. □ Slide 29
ASTROTURFING	Pratica utilizzata nell'intento di creare l'illusione del supporto per una particolare causa, persona o posizione. □ Slide 29



Glossario (3)

TERMINE	DEFINIZIONE
ACCHIAPPA CLIC	Si riferisce a titoli di articoli di notizie online che sono sensazionalizzati o talvolta completamente falsi. Utilizza la naturale curiosità delle persone per convincerle a fare clic. □ Slide 30
RICICLAGGIO DI PROPAGANDA	Un metodo per utilizzare una piattaforma meno affidabile o meno popolare per pubblicare una storia di dubbia origine o veridicità per rendere visibile il link, piuttosto che la storia stessa. □ Slide 30
MOTORI DI RICERCA	I siti web utilizzano ricerche di mercato anche precedenti o provenienti da altre fonti, per aumentare la propria visibilità sui motori di ricerca. Ciò consente loro di orientare i risultati delle ricerche sulle pagine che interessano loro e quindi influenzare chi sta effettuando quella particolare ricerca. Esistono molte tecniche per farlo, come annunci banner, SEO e strumenti di marketing paga-per-click. □ Slide 31
MANIPOLAZIONE VIDEO	Una nuova variante della manipolazione dei media che riguarda il video digitale che utilizza una combinazione di tecniche tradizionali di elaborazione video e editing video e tecnologie di intelligenza artificiale come il riconoscimento facciale. □ Slide 33
PUBBLICITÀ	Promozione volta ad attirare l'attenzione del pubblico su qualcosa, soprattutto attraverso annunci a pagamento per prodotti e servizi. □ Slide 34
BUFALA	Notizia falsa e ingannevole. Quando un giornale o un sito di notizie pubblica una storia falsa si parla di bufala. La storia è normalmente drammatica ma anche non credibile. □ Slide 34



Glossario (4)

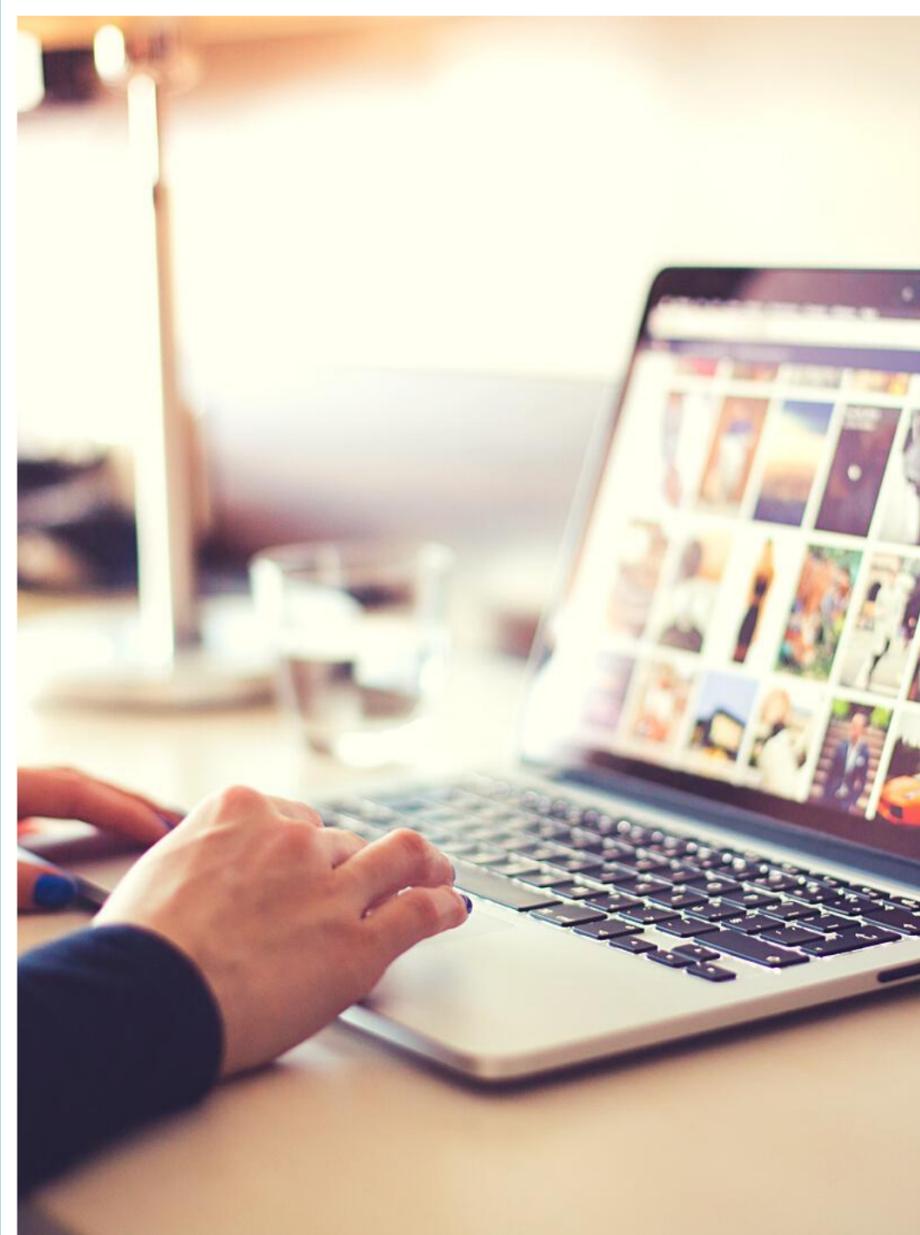
TERMINE	DEFINIZIONE
PROPAGANDA	Forma di comunicazione che mira a influenzare l'atteggiamento di una comunità nei confronti di fatti e avvenimenti presentando le argomentazioni favorevoli a un solo schieramento. La propaganda è comunemente creata dai governi, ma anche alcune forme di comunicazione di massa create da altre potenti organizzazioni possono essere considerate propaganda. □ Slide 34
PROFESSIONISTI DELLA CONFORMITÀ	Esperti che utilizzano i mezzi atti a ottenere influenza sui media. I loro obiettivi possono essere politici, economici, o personali. □ Slide 35
EPIDEMIA INFORMATIVA	In genere si riferisce a una diffusione rapida e di vasta portata di informazioni accurate o inaccurate su qualcosa, che si diffondono come una malattia.
CYBERBULLISMO	Uso della comunicazione digitale a scopi di prevaricazione su una persona, in genere attraverso l'invio di messaggi di natura intimidatoria o minacciosa. □ Slide 42
SEXTING	L'azione o la pratica di inviare fotografie o messaggi sessualmente espliciti tramite telefono cellulare, computer o qualsiasi dispositivo digitale. □ Slide 42
CONTENUTI APPROPRIATI ALL'ETÀ	Contenuti rintracciabili su Internet rilevanti per l'età del lettore o del destinatario. □ Slide 42



Glossario (5)

TERMINE	DEFINIZIONE
CONDIVISIONE FOTOGRAFIE	DI Pubblicazione o trasferimento di foto digitali. □ Slide 42
ESTORSIONE INFORMATICA	Reato informatico attraverso il quale gli hacker tengono in ostaggio i dati di un utente, il sito web, i sistemi informatici o altre informazioni sensibili finché non vengono soddisfatte alcune richieste di pagamento. □ Slide 43
SFRUTTAMENTO ONLINE	Quando una persona manipola un'altra persona per convincerla a compiere atti sessuali, si trasforma spesso in un ciclo continuo di abusi emotivi e psicologici. □ Slide 43
SOFTWARE ANTIVIRUS	Progettato per impedire a virus, worm e cavalli di Troia di entrare in un computer o per rimuovere eventuali codici che abbiano già infettato un computer. □ Slide 43
VERMI INFORMATICI	Un programma in grado di diffondere copie di se stesso su altri sistemi informatici. Ciò avviene di solito attraverso allegati di posta elettronica o connessioni di rete. □ Slide 44
(ATTACCHI) PHISHING	Utilizzo di e-mail "false" (bufale) e siti web fraudolenti per entrare in possesso di dati finanziari personali (numeri di carte di credito, numeri di conto, nomi utente e password, ecc.). □ Slide 44
PHARMING	Uso di malware/spyware per reindirizzare gli utenti dai siti web reali a siti fraudolenti. Implica l'uso di programmi trojan, vermi e virus di altro tipo per attaccare la barra degli indirizzi del browser Internet. □ Slide 44





Contatti

<http://www.digitaliseme.eu/en>



<https://www.facebook.com/digitaliseme.project/>

