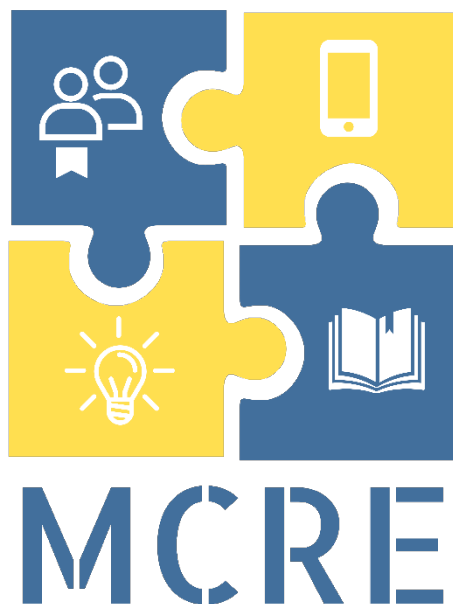




E-BOOK MCRE

Sviluppato dal consorzio del Progetto MCRE

MCRE - Media literacy, critical viewing and CREative vision as effective learning approach for people with fewer opportunities

INDICE

INTRODUZIONE.....	5
CONTESTO E FINALITÀ DELL'E-BOOK.....	6
CONTESTO.....	6
FINALITÀ DELL' E-BOOK.....	7
MODULO 1: Cosa sono la disinformazione e le fake news?.....	8
1 SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	9
1.1 OBIETTIVO DEL MODULO.....	9
1.2 OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	9
2 CONTENUTI DIDATTICI.....	9
2.1 COSA SONO LE FAKE NEWS?.....	9
2.2 I CONCETTI CHE CIRCOLANO INTORNO ALLE FAKE NEWS.....	18
2.3 COME RICONOSCERE LE FAKE NEWS.....	20
2 LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE.....	27
3 BIBLIOGRAFIA.....	27
MODULO 2: Perché abbiamo bisogno di un pensiero critico e di una visione critica.....	28
1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	29
1.1. OBIETTIVO DEL MODULO.....	29
1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	29
2. CONTENUTI DIDATTICI.....	29
2.1. LA DEFINIZIONE DI PENSIERO CRITICO E DI VISIONE CRITICA.....	29
2.2. QUANDO IL PENSIERO CRITICO E' NECESSARIO.....	33
2.3. I VANTAGGI DEL PENSIERO CRITICO.....	36
2.4. CAMBIARE IDEA QUANDO SI RACCOLGONO NUOVE EVIDENZE, ADOTTANDO UNO SGUARDO CRITICO.....	52
3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE.....	54
4. BIBLIOGRAFIA.....	55
MODULO 3: Pensiero Critico - Come migliorare le tue competenze.....	56
1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	57
1.1. OBIETTIVO DEL MODULO.....	57
1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	57
2. ESERCIZIO DI AUTOVALUTAZIONE: SEI UN PENSATORE CRITICO?.....	57
3. CONTENUTI DIDATTICI.....	59

3.1	CARATTERISTICHE PER LO SVILUPPO DELLE CAPACITÀ DI PENSIERO CRITICO.....	60
3.2	PRINCIPI DI APPRENDIMENTO DEL PENSIERO CRITICO.....	67
3.3	METODI E PRASSI.....	69
3.4	PUNTI CHIAVE - INTEGRARE NELLE ABITUDINI QUOTIDIANE.....	72
4	LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE.....	73
5	BIBLIOGRAFIA.....	74
	MODULO 4: Come analizzare le informazioni che riceviamo.....	76
1.	SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	77
1.1.	OBIETTIVO DEL MODULO.....	77
1.2.	OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	77
2.	CONTENUTI DIDATTICI.....	77
2.1.	DOMINI INTERNET.....	77
2.2.	COME IDENTIFICARE LE FONTI AFFIDABILI.....	80
3.	LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE.....	98
4.	BIBLIOGRAFIA.....	98
	MODULO 5: Utilizzare i media in modo efficace.....	99
1.	SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	100
1.1.	OBIETTIVO DEL MODULO.....	100
1.2.	OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	100
2.	CONTENUTI DIDATTICI.....	100
2.1.	LO SCHEMA DELLA COMUNICAZIONE APPLICATO ALLA COMUNICAZIONE DIGITALE.....	101
2.2.	I SOCIAL MEDIA E LA TEORIA CONVERSAZIONALE.....	103
2.3.	COME POSSIAMO UTILIZZARE LE QUATTRO MASSIME DELLA CONVERSAZIONE NELLA FORMAZIONE?.....	103
2.4.	EDUCAZIONE AI MEDIA E AI SOCIAL MEDIA.....	104
2.5.	LE REGOLE DELLA COMUNICAZIONE: IL MODELLO LASSWELL.....	104
2.6.	RIFLESSIONI SUL MODELLO DI HAROLD LASSWELL IN RELAZIONE ALLA COMUNICAZIONE SUI SOCIAL MEDIA.....	105
2.7.	COME POSSIAMO UTILIZZARE LA TEORIA DELLE 5W NELLA DIDATTICA?.....	106
2.8.	PENSIERO CRITICO E SOCIAL MEDIA.....	107
2.9.	COME POSSIAMO PROMUOVERE LO SVILUPPO DEL PENSIERO CRITICO?.....	109
2.10.	SINTASSI E REGOLE PER UNA COMUNICAZIONE SOCIAL EFFICACE - I SOCIAL MEDIA NON SONO TUTTI UGUALI.....	111
3.	LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE.....	122
4.	BIBLIOGRAFIA.....	122

MODULO 6: Strumenti online a sostegno del lavoro.....	124
1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	125
1.1. OBIETTIVO DEL MODULO.....	125
1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	125
2. CONTENUTI DIDATTICI.....	125
2.1. STRUMENTI ONLINE PER VERIFICARE LE INFORMAZIONI.....	125
2.2. PIATTAFORME E APPLICAZIONI ONLINE PER IL FACT-CHECKING.....	127
2.3. STRUMENTI ONLINE PER VERIFICARE VIDEO E IMMAGINI.....	133
2.4. STRUMENTI ONLINE PER I SOCIAL MEDIA.....	138
2.5. STRUMENTI ONLINE PER ALLENARE E SVILUPPARE LA CAPACITA' DI RICONOSCERE LE FAKE NEWS.....	143
3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE.....	145
4. BIBLIOGRAFIA.....	145
MODULO 7: #fake news - analizzare le notizie più diffuse sui social media	147
1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	148
1.1. OBIETTIVO DEL MODULO.....	148
1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO.....	148
2. CONTENUTI DIDATTICI.....	148
2.1. SOCIAL MEDIA NEWS: E' VERO O FALSO?.....	149
2.2. FAKE NEWS FAMOSE SUI SOCIAL MEDIA.....	163
2.3. L'USO CRITICO DEI SOCIAL MEDIA PER EVITARE LA DIFFUSIONE DI FAKE NEWS	166
3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE.....	170
4. BIBLIOGRAFIA.....	170



INTRODUZIONE

CONTESTO E FINALITÀ DELL'E-BOOK

CONTESTO

Questo E-book è stato sviluppato nell'ambito del progetto MCRE (Media literacy, critical viewing and CREative vision as effective learning approach for people with fewer opportunities), Progetto numero: 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033435, finanziato dall'UE attraverso il Programma Erasmus+, Key action 2 (Partenariati di cooperazione nell'educazione degli adulti), e implementato da una partnership di 7 organizzazioni operanti in 6 Paesi europei - ADES (Romania), CWEP (Polonia), LOVILA (Cipro), MEUS (Spagna), TUCEP (Italia), LABC (Italia) e E&D (Portogallo).

Lo scopo del progetto è di potenziare le competenze di alfabetizzazione mediatica e la visione critica delle persone con minori opportunità e degli educatori degli adulti in Romania, Polonia, Italia, Cipro, Spagna e Portogallo. Il progetto mira a supportare i discenti adulti nell'analisi delle informazioni, in modo che possano essere più reattivi rispetto a fenomeni come le fake news e la disinformazione, e a dotarli di strumenti innovativi (tra cui un'applicazione mobile), concepiti per aiutarli a riconoscere e ad analizzare le fake news.

Questi obiettivi saranno raggiunti con lo sviluppo di due risultati principali:

1. L'E-book MCRE, un manuale con informazioni teoriche e pratiche per migliorare la capacità di analisi dei contenuti mediatici ricevuti;
2. L'App MCRE, un'applicazione mobile gratuita per iOS e Android, con elementi utili per supportare il gruppo target nella verifica delle informazioni acquisite dai media e nello sviluppo del pensiero critico.

I gruppi target di MCRE e i principali beneficiari dei suoi risultati sono le persone con minori opportunità (persone poco qualificate, giovani disoccupati, adulti a rischio di povertà, ecc.) e gli educatori degli adulti.

L'E-book di MCRE prevede una raccolta di contenuti che mirano a supportare la popolazione europea, e in particolare il gruppo target del progetto, nello sviluppo delle capacità connesse al pensiero critico. Il Manuale insegnerà come comprendere e analizzare al meglio le informazioni provenienti da diverse fonti. La pandemia di Covid-19 ha messo in luce le difficoltà di analisi critica delle informazioni ricevute dalle comunità europee: anche per questo, l'E-book consta di informazioni e tecniche pensate proprio per migliorare la capacità di analizzare i contenuti ricevuti. In questo modo si intende contribuire allo sviluppo di una società più istruita e consapevole, formata da individui capaci di difendersi dalle fake news (soprattutto coloro che appartengono a gruppi svantaggiati).

Il Manuale del Progetto MCRE rappresenterà in questo senso un primo passo nella lotta alla disinformazione e ai luoghi comuni a cui sono esposte le comunità europee.

Tra le altre cose, l'E-book approfondirà anche i seguenti argomenti:

1. Cosa sono la disinformazione e le fake news

2. Perché abbiamo bisogno di un pensiero critico e di una visione critica
3. Il pensiero critico: come migliorare le proprie capacità
4. Come analizzare le informazioni che riceviamo
5. Come usare i media in modo efficace
6. Strumenti online a supporto della vita lavorativa
7. #fake news – l'analisi delle notizie popolari sui social media

FINALITA' DELL' E-BOOK

Questo E-book si propone di:

- Presentare il fenomeno della disinformazione sulla base di esempi reali, mostrando le dimensioni del fenomeno in Europa.
- Dimostrare che il pensiero critico e la visione critica sono competenze essenziali per utilizzare i media in modo efficace e consapevole.
- Fornire ai destinatari competenze e tecniche che permettano loro di valutare in modo più efficace la veridicità delle informazioni ricevute.
- Fornire al gruppo target informazioni su come utilizzare efficacemente i diversi media (sia tradizionali che digitali).
- Fornire informazioni sugli strumenti, le applicazioni e le piattaforme online attualmente esistenti, in grado di stimolare le capacità di pensiero critico e di supportare il gruppo target nell'analisi delle informazioni ricevute.

Gli educatori per adulti potranno utilizzare l'E-book in più modi, in abbinamento oppure indipendentemente dall'App MCRE:

- per ampliare le proprie conoscenze sugli argomenti presentati nell'E-book,
- come supporto per le attività didattiche,
- come materiale aggiuntivo da fornire ai propri tirocinanti/studenti.

Il testo potrà essere utilizzato così com'è, o adattato in base alle esigenze delle classi con cui si lavora di volta in volta.

Anche le persone con minori opportunità (persone poco qualificate, giovani disoccupati, adulti a rischio di povertà, ecc.) potranno avvalersi di questo E-book per approfondire le proprie conoscenze, dopo aver utilizzato l'App MCRE.



MODULO 1: Cosa sono la disinformazione e le fake news?

1 SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

1.1 OBIETTIVO DEL MODULO

L'obiettivo di questo Modulo è quello di presentare allo studente le nozioni base della disinformazione e delle fake news, in modo tale che, dopo averle interiorizzate e dopo essersi formato con i moduli successivi dell'E-book MCRE, sia in grado di migliorare la propria alfabetizzazione mediatica e la propria capacità di visione critica.

1.2 OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

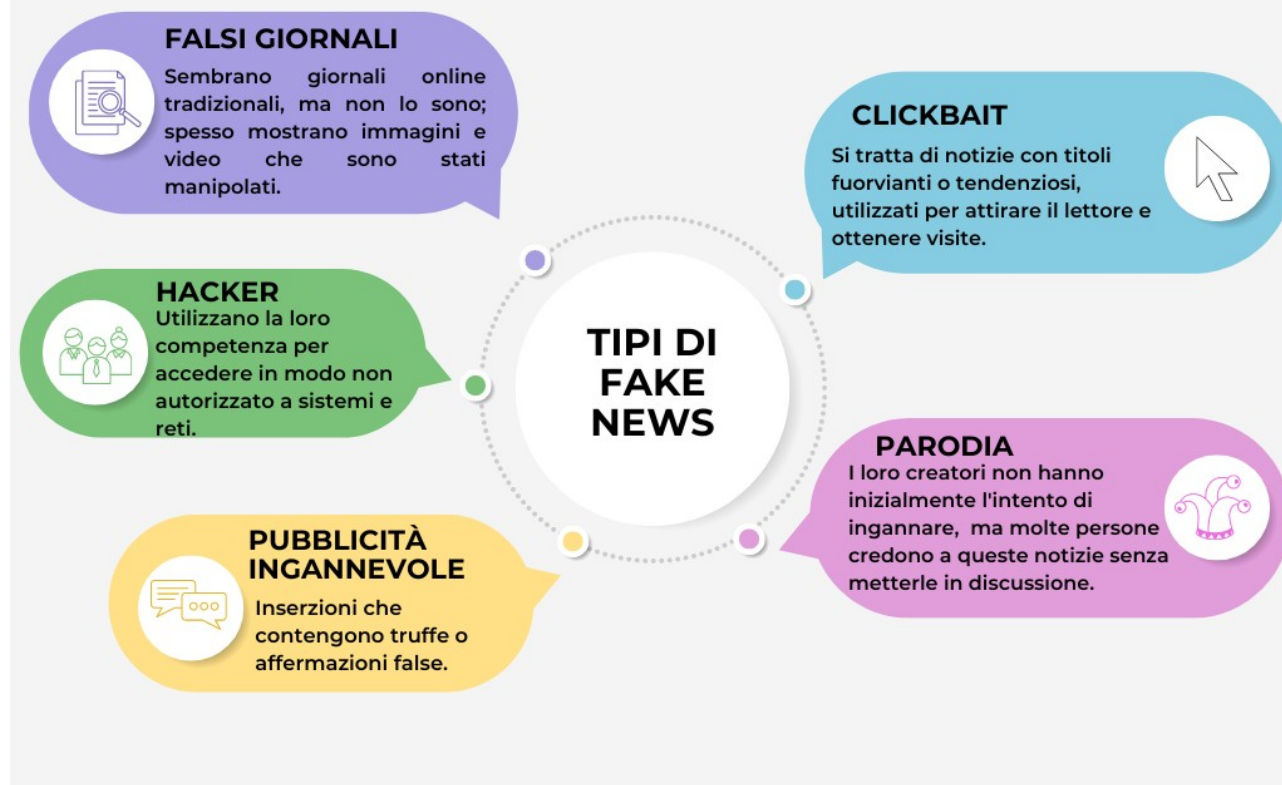
Al termine di questo Modulo, lo studente avrà imparato:

- i concetti chiave alla base della disinformazione e delle fake news,
- perché è importante vivere nella verità e dire la verità,
- i modi per riconoscere le fake news.

2 CONTENUTI DIDATTICI

2.1 COSA SONO LE FAKE NEWS?

Tipologia di fake news



Le notizie fuorvianti o tendenziose sono sempre esistite, ma con l'avvento di Internet e delle nuove tecnologie di comunicazione e informazione, le fake news hanno iniziato a proliferare in tutto il mondo. In questa sezione scoprirai alcuni concetti di base che ti aiuteranno ad approfondire le principali caratteristiche di questa tipologia di notizie.

2.1.1 Definizione e tipologie di fake news

Le fake news sono informazioni intenzionalmente generate per fuorviare o influenzare i lettori. Tra le altre cose, sono spesso utilizzate per diffondere informazioni errate, per indirizzare l'agenda politica, oppure per orientare le opinioni degli utenti.

In genere si tratta di notizie d'impatto, capaci di circolare rapidamente: difficilmente possono essere bloccate una volta riconosciute, e si prestano facilmente a essere virtualizzate prima di essere contrastate. Sebbene il pubblico sia ormai consapevole dell'esistenza di questo tipo di notizie, esse continuano a evolversi e a diffondersi sotto forma di dati, immagini e anche di video.

Nell'illustrazione che segue, vengono mostrati alcuni tipi di fake news:

Poco prima delle elezioni presidenziali americane, milioni di persone condivisero su Twitter la notizia che Hillary Clinton e il suo manager della campagna elettorale avevano imprigionato alcuni bambini nel seminterrato di una pizzeria a Washington, per sfruttarli come schiavi sessuali. Un uomo armato di fucile fece irruzione nella pizzeria nel tentativo di salvare i bambini, ma di fatto non trovò nemmeno il seminterrato. Ebbene, il 46% delle persone che all'epoca votarono per Donald Trump credeva che questa notizia, il cosiddetto "Pizzagate", fosse vera.

Questo episodio, insieme a molti altri, aiuta a comprendere come le fake news non siano affatto uno scherzo: si tratta di notizie diffuse intenzionalmente e, nella stragrande maggioranza dei casi, finalizzate a influenzare l'opinione pubblica per raggiungere un obiettivo specifico.

Nella prossima sezione esamineremo alcune delle modalità con cui si diffondono. Ma per quale motivo vengono creati questi tipi di contenuti? *First Draft* indica otto possibili ragioni (le cosiddette 8 "P"), che aiutano a rispondere a questa domanda:

1. Giornalismo scadente
2. Parodia
3. Provocazione
4. Passione
5. Partigianeria
6. Profitto
7. Potere politico, o influenza
8. Propaganda

In ogni tipologia di disinformazione e in ogni contenuto fake è possibile ritrovare una delle otto "P".

Anche se grazie alle nuove tecnologie questo tipo di notizie ha conosciuto una diffusione senza precedenti, le fake news non sono un fenomeno dell'era moderna. Diamo un'occhiata alla storia!

FAKE NEWS: CRONOLOGIA STORICA

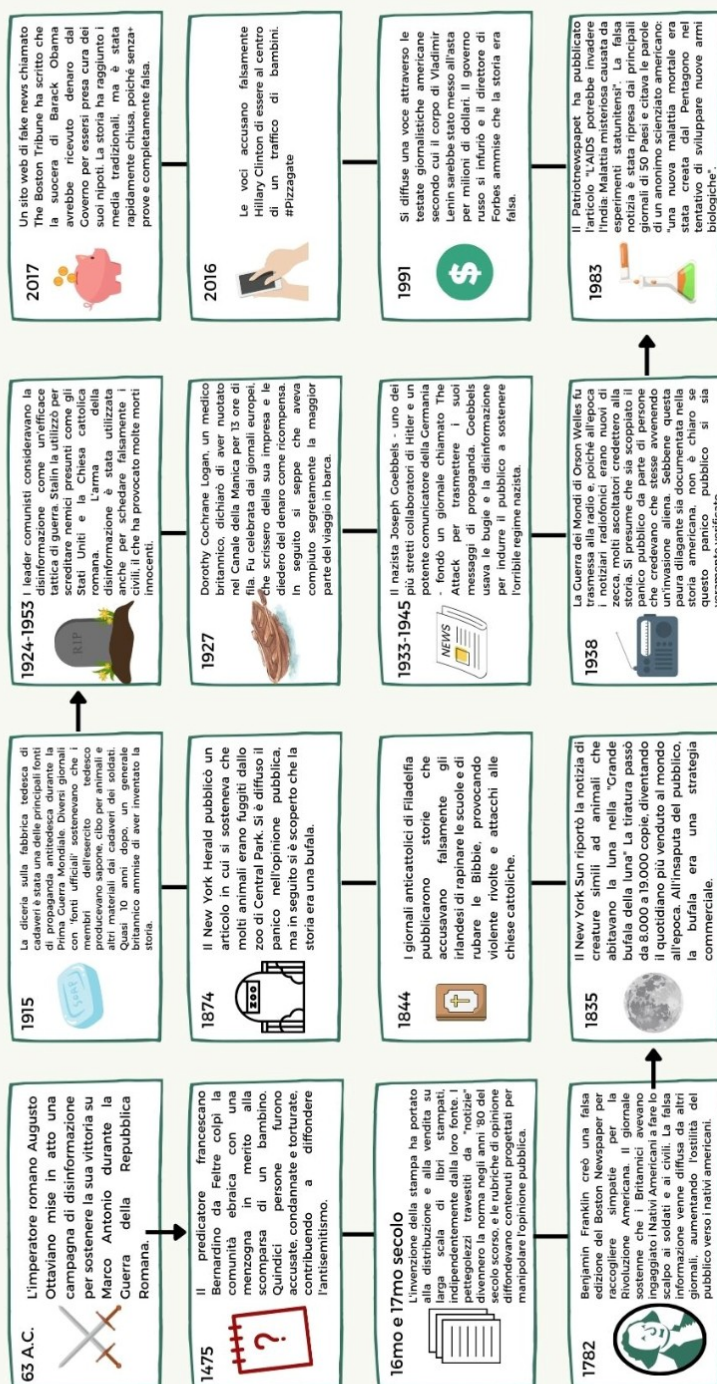


Figura 2 - Immagine elaborata da MEUS sulla base di contenuti tratti da www.commonsense.org

Ma cosa ha da dire il giornalismo a proposito delle fake news? Il

sito dell'UNESCO riporta alcune citazioni di professionisti del mondo del giornalismo, che condividiamo di seguito:

"Di fronte alle sempre più evidenti prove della loro interferenza nei processi democratici di tutto il mondo, il dibattito su come smascherare e neutralizzare le fake news è destinato a intensificarsi. Un dibattito che nasce già problematico, a causa di un diffuso malinteso sul fenomeno, sulle sue origini e sul motivo per cui rappresenta una minaccia.

Per cercare di illustrare il problema, l'Ethical Journalism Network (EJN) ha elaborato una definizione di fake news: 'Informazioni deliberatamente fabbricate e pubblicate per ingannare e indurre altri a credere a falsità o a dubitare di fatti verificabili'. Utilizzando questa definizione, è più facile separare la propaganda, i fatti "alternativi" e le menzogne dolose dal giornalismo".

**Aidan White, Direttore,
Ethical Journalism Network**

"Le fake news avvelenano l'atmosfera in cui tutti noi ci ritroviamo a operare. Proprio perché esistono le fake news, il pubblico ha iniziato a dubitare di tutte le notizie. Tutto questo ha danneggiato il rapporto tra il pubblico e i media".

**Verashni Pillay, Caporedattore,
Huffington Post, Sudafrica**

"Tendiamo facilmente a ingigantire l'effetto delle fake news sul giornalismo. Non voglio essere superficiale: si tratta di un'importante sfida alla società e alle istituzioni. Lo scopo delle fake news non è quello di raccontare un'altra narrazione; l'obiettivo principale delle fake news è quello di smantellare la credibilità delle istituzioni, giornalismo compreso, ma non solo".

**Kari Huhta, Redattore Diplomatico
Helsingin Sanomat, Finlandia**

"Le fake news sono sempre esistite, da quando si è compreso il potere dei media di influenzare l'opinione pubblica. La differenza, oggi, è che i social media e le piattaforme come Google e Facebook permettono alle notizie false di diffondersi su larga scala e più rapidamente che mai: questo è il vero problema.

Le fake news stanno cambiando il giornalismo, nel senso che da un lato costituiscono una vera e propria sfida per i giornalisti -perché non sempre è facile distinguere le notizie false da quelle vere- ma dall'altro ne aumentano anche l'importanza. Perché, se c'è qualcuno che deve denunciare le fake news, quello è proprio il giornalista: il giornalista responsabile. Direi che nel breve periodo le fake news sono certamente un problema per i giornalisti, ma in una prospettiva di lungo termine li valorizzano, conferendogli un ruolo ancora più importante all'interno della società".

**Ivor Gaber, Docente di Giornalismo,
University of Sussex, Regno Unito**

"Le fake news rafforzano la missione tradizionale del giornalismo, che consiste nel cercare di portare la luce nel buio, per la società e per il pubblico in generale. La nostra missione deve essere confermata da questo valore fondamentale: cercare di illuminare il dibattito e mostrare al pubblico dove si trovano i veri fatti e i veri argomenti di discussione".

**Ricardo Gandour, Direttore editoriale,
CBN, Brazilian Radio Network, Brasile**

2.1.2 Come si diffondono

Alcune delle modalità di diffusione delle fake news sono:

I SOCIAL MEDIA

Uno dei principali canali di diffusione delle fake news sono i social network, dato che al giorno d'oggi chiunque può creare e condividere informazioni su Internet: siamo tutti contemporaneamente produttori e consumatori di informazioni, il che significa che qualsiasi persona ha la possibilità di diffondere una bufala attraverso i social network, e che questa può facilmente diventare virale, soprattutto quando chiama in causa sentimenti ed emozioni.

LA VIRALITA'

È la capacità di alcuni contenuti di circolare rapidamente online, ed ha una significativa componente emotiva e psicologica. Sui social network, gli individui tendono infatti a condividere soprattutto i contenuti che suscitano in loro emozioni, con cui si identificano in modo positivo o verso i quali provano un'emozione sfavorevole.

L'ALGORITMO

Gli algoritmi dei Big Data analizzano i dati dei consumatori, prevedono i risultati delle elezioni e conoscono le preferenze umane. L'algoritmo più noto è il PageRank, sviluppato da Google nel 1998. Il suo successo derivava dal crawling dei siti e dal fatto di classificare per importanza i risultati di ricerca. Da allora, l'algoritmo è stato modificato in modo da incorporare le preferenze dell'utente nei suoi calcoli (in altre

parole, non è la stessa cosa se ad effettuare la ricerca è un adulto o un bambino, o se la ricerca viene effettuata in Spagna o negli Stati Uniti).

I BOTS

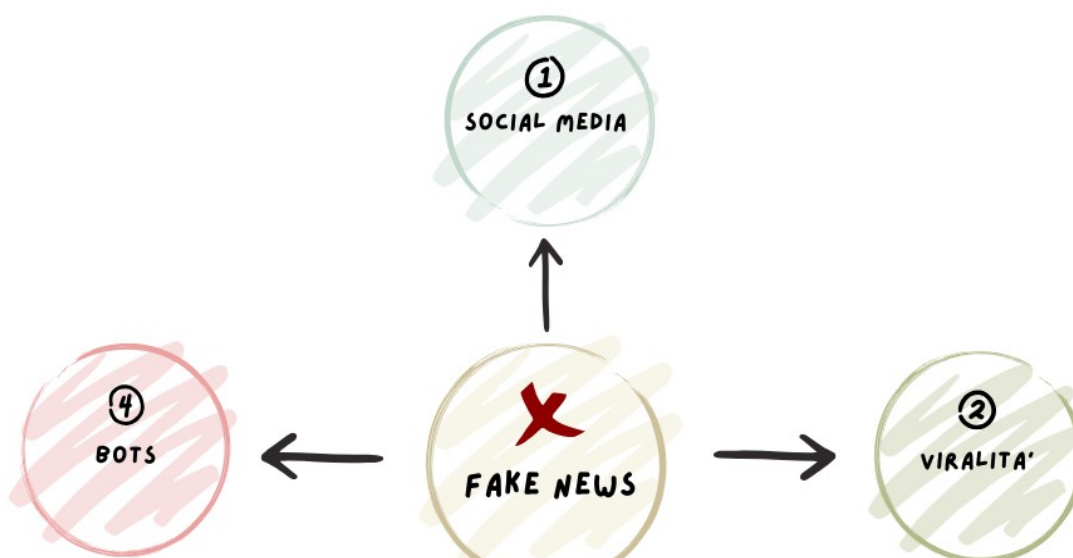
La diffusione delle notizie false può anche derivare da organizzazioni che utilizzano botnet e troll farm per cercare di influenzare l'opinione pubblica. I bot, programmi informatici progettati per raccogliere dati in modo automatico, mostrano quali siti web vengono visitati e quali prodotti vengono acquistati, così come da chi e con quale frequenza.

Nel panorama delle fake news, hanno fatto la loro comparsa i bot, profili finti che agiscono come veri e propri propagatori di informazioni false su Twitter. Si ritiene che il 9-15% degli account Twitter attivi siano bot. I bot cosiddetti "sociali" e "politici" sono progettati per influenzare la popolazione nel modo di pensare, disinformare e fare propaganda su determinate persone o questioni.

Il potere di questi bot è emerso in occasione di diverse campagne elettorali, come le elezioni presidenziali statunitensi del 2016 o il referendum sulla Brexit, nel dibattito sui vaccini, nella diffusione di indiscrezioni false su possibili attacchi terroristici, nella manipolazione dei mercati finanziari e, recentemente, anche nella crisi scaturita dal Coronavirus. Se coordinati possono anche fare molto scalpore, relegando le altre notizie in secondo piano.

Secondo la società di consulenza Gartner, entro il 2021 più della metà delle aziende spenderà ogni anno più denaro per la creazione di bot e chatbot che per lo sviluppo di app mobili tradizionali.

La velocità con cui si diffondono e la loro portata consentono a queste notizie di arrivare più lontano, più velocemente, e di raggiungere un maggior numero di persone rispetto alle informazioni reali. Uno studio pubblicato sulla rivista [Journal Science](#) ha rilevato che le informazioni false si sono diffuse "in modo significativamente più esteso, più velocemente, più profondamente e più ampiamente" rispetto alle informazioni vere, e che questo si è verificato "per tutte le categorie di informazioni, e gli effetti sono stati più marcati per le notizie false di carattere politico"¹.





Uno dei fattori chiave per cui crediamo alle fake news è l'emozione che suscitano in noi.

Figura 3 – Immagine elaborata da MEUS

la risposta

emotiva e impulsiva che prevalga sul nostro giudizio critico.

Un'infografica di Eoghan Sweeney riassume molto bene i sentimenti che certi contenuti riescono a generare in noi. Abbiamo usato questa infografica come base per sviluppare il nostro modello, che riflette gli stessi contenuti di quello presentato da Eoghan Sweeney:

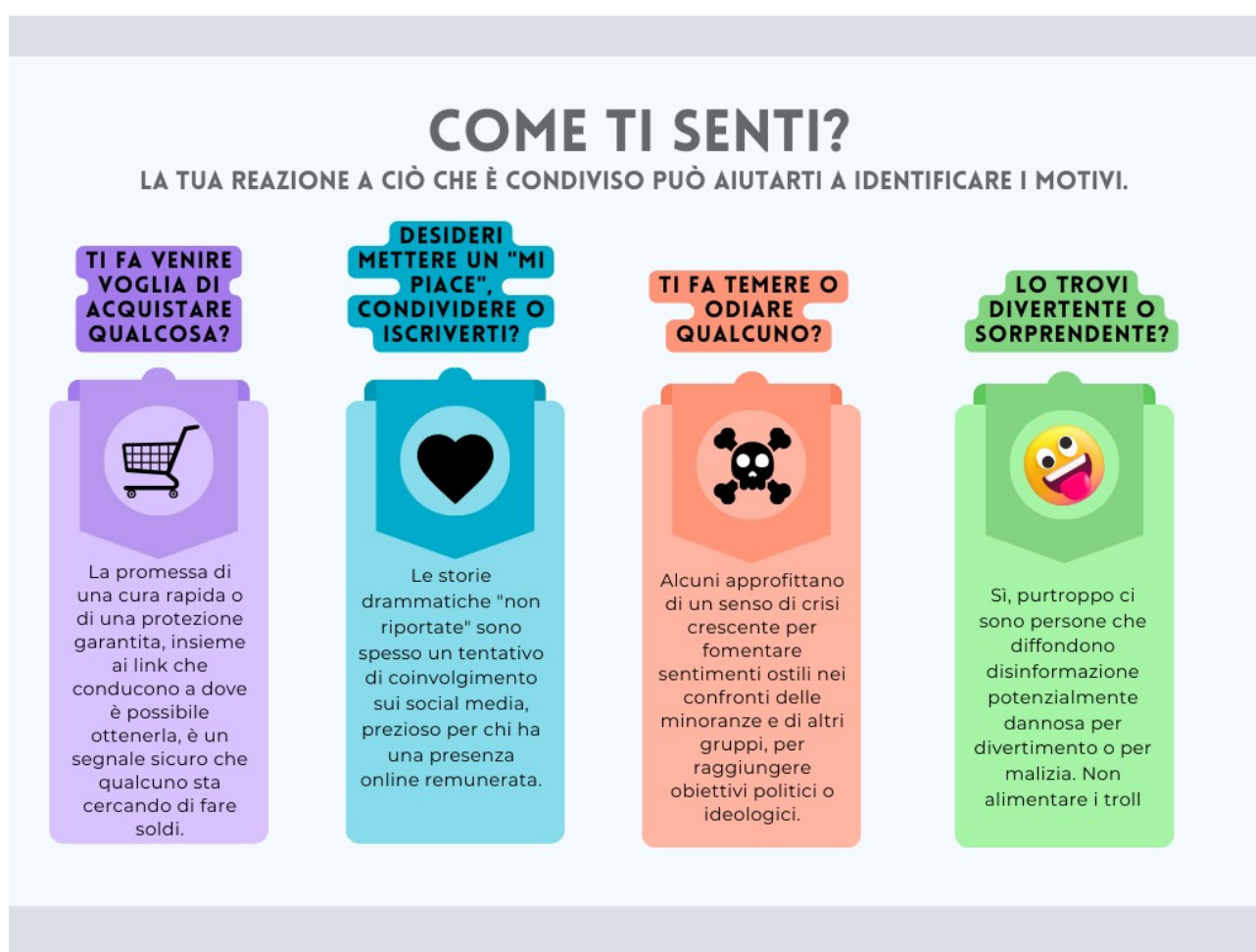


Figura 3 – Immagine elaborata da MEUS sulla base dei contenuti di Eoghan Sweeney

Ma perché le persone credono alle fake news? Ecco alcuni fattori da tenere in considerazione:

1. Gli errori di attribuzione: è quello che accade quando qualcosa ci suona familiare, ma non ricordiamo dove l'abbiamo visto. Basta un titolo falso, come ad esempio: "Appartamenti gratis per gli immigrati in Spagna", perché le persone diventino più sensibili alle fake news sull'immigrazione in futuro. Inoltre, quando una notizia falsa viene ripetuta più volte, è in grado di veicolare una falsa sensazione di consenso: in altre parole, iniziamo a credere che tutti la pensino in quel modo. Questo può portare a false credenze collettive, un fenomeno chiamato "Effetto Mandela": in molti pensano che il Presidente sudafricano sia morto in prigione negli anni Ottanta, quando in realtà è morto nella sua casa, nel 2013. Oppure, ad esempio, l'uomo con i sacchetti di plastica in mano fotografato a Piazza Tienanmen, che non è stato investito dai carri armati durante le proteste del 1989, anche se molti credono che sia stato così.
2. I bias di conferma: si tratta della tendenza naturale del cervello a credere che ciò che corrisponde ai nostri gusti o alle nostre opinioni sia reale, anche se è falso. Anche per questo, quando una notizia suscita emozioni, è più facile crederci.
3. Il rinforzo sociale, o il discredito di chi la pensa diversamente. Le convinzioni legate a sentimenti forti ricercano un rinforzo sociale, necessario per sostenere chi la pensa come noi e per respingere o screditare chi la pensa in modo opposto (anche quando fornisce informazioni e prove a sostegno della propria tesi). È facile che questo pregiudizio si manifesti in situazioni in cui un argomento suscita forti reazioni emotive – ad esempio i temi caldi della politica –, e per argomenti su cui si ragiona maggiormente in base alla fonte o a chi condivide l'informazione. Le bufale nascono e si diffondono grazie alla falsa illusione di essere condivise da molti, mentre in realtà sono veicolate dai bot.

All'Università del Michigan hanno sviluppato un'intelligenza artificiale in grado di identificare le "fake news" nel 76% dei casi, mentre le persone ci azzeccano solo nel 50% dei casi.

Ma allora che cosa possiamo fare? Sviluppare il nostro pensiero critico!

Per questo è nato il progetto MCRE, che aiuta a sviluppare le capacità e le competenze necessarie per individuare le fake news e analizzare chi è la fonte, il canale attraverso il quale vengono diffuse, ecc. prima di premere il pulsante "avanti".

2.2 I CONCETTI CHE CIRCOLANO INTORNO ALLE FAKE NEWS

In questa sezione presentiamo un glossario di concetti relativi alla disinformazione. Maggiore è la conoscenza di questi argomenti, più facile sarà individuare le fake news.

2.2.1 Disinformazione

Le informazioni false vengono intenzionalmente diffuse per fuorviare.

Poiché non esiste un accordo universale sulla sua definizione, attualmente il termine disinformazione è preferito a quello di "fake news". Lo raccomanda anche il rapporto del gruppo di esperti della Commissione europea ["A multidisciplinary approach to"](#)

disinformation", che rifiuta l'uso dell'espressione "fake news". Per rimediare all'imprecisione insita in questo termine, la Commissione europea (CE) ha coniato il concetto di "information disorder", ossia disordine informativo, un concetto che comprende al suo interno:

- la "Misinformazione", ovvero informazioni false condivise in rete, ma senza l'intenzione di provocare danni.
- la "Disinformazione" o informazioni false, condivise con l'intenzione di arrecare un danno.
- la "Malinformazione", quando vengono condivise notizie veritiere con l'intento di arrecare un danno, come avviene ad esempio quando si diffondono informazioni confidenziali inerenti alla sfera pubblica.

2.2.2 Post-verità

Oxford la definisce come il fenomeno che si verifica quando "i fatti oggettivi hanno minore influenza nel definire l'opinione pubblica rispetto a quelli che fanno appello alle emozioni e alle convinzioni personali". Il termine è stato ampiamente utilizzato durante la campagna elettorale del presidente Trump, e anche con la campagna per la Brexit nel Regno Unito. "Post-verità", in inglese "post-truth", è stata scelta come parola dell'anno 2016 dall'Oxford Dictionary inglese, e il suo utilizzo è aumentato del 2000%.

2.2.3 Infodemia

L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) utilizza il termine "infodemia" per indicare la sovrabbondanza di informazioni false su un dato argomento e la loro rapida diffusione, con la conseguente difficoltà nel reperire risorse affidabili e attendibili.

2.2.4 Bufale

Sebbene le bufale non siano un fenomeno nuovo, la tecnologia moderna ha conferito a queste notizie una capacità di diffusione e una viralità prima inimmaginabili, incidendo persino sul modo in cui i Paesi democratici conducono le elezioni. Poiché rende più facile la produzione e distribuzione di informazioni false, Internet ha favorito la diffusione delle fake news.

2.2.5 Deepfake

Secondo Andrés Visus, professore di Undergraduate, Postgraduate e Executive Education presso l'ESIC, "un deepfake è un video che mostra immagini sintetiche, in genere del volto o del corpo di una persona, che sembrano reali ma sono state create utilizzando l'intelligenza artificiale. In questo caso, si riferisce a tecniche di apprendimento automatico chiamate 'deep learning', che utilizzano tecniche algoritmiche di reti neurali"².

2.2.6 Truffe

In una truffa online, i criminali si avvalgono di piattaforme virtuali per costringere la vittima a fornire informazioni personali come i dati di accesso al conto bancario o le credenziali di accesso a un account. Le truffe possono verificarsi su qualsiasi servizio online.

² <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/deep-fakes-que-es-como-se-crean-primeros-y-futuros>

Riportiamo di seguito alcuni esempi:

- **E-mail o messaggi di phishing**, inviati a un dispositivo personale per richiedere denaro o dati personali. A volte sono concepiti in modo talmente preciso da sembrare simili a quelli provenienti da organizzazioni o aziende affidabili.
- **Promozione di prodotti o pubblicità ingannevole**, in cui si incoraggia l'utente ad acquistare prodotti che propongono qualcosa che in realtà non possono offrire.
- **Concorsi o quiz**, che fanno credere che ci sarà un premio se si partecipa.
- **Catfishing**, ovvero un'attività in cui qualcuno finge di essere un'altra persona per indurla a fare qualcosa.
- **Furto d'identità**, in cui le persone vengono indotte a condividere informazioni personali per poter hackerare altri account.

2.2.7 Sfide online

Le challenge online, ossia le sfide online, sono prove che consistono tipicamente nella pubblicazione di un video o di un'immagine in cui ci si mette alla prova con l'attività richiesta dalla challenge stessa. Queste sfide possono essere proposte su quasi tutte le piattaforme online, ma sono più frequenti su YouTube e TikTok. Gli utenti più giovani possono divertirsi a prendere parte a diverse sfide: ci sono ad esempio le gare di ballo, o le challenge a sostegno di cause benefiche. Ma quando comportano acrobazie o attività rischiose, che potrebbero creare un danno fisico o psicologico ai giovani, o a chiunque vi prenda parte, queste gare possono diventare molto pericolose. I creatori di video riescono facilmente a manipolare le immagini per far sembrare che abbiano corso un rischio o fatto qualcosa di pericoloso, mentre in realtà non è così.

2.3 COME RICONOSCERE LE FAKE NEWS

Ora che conosci le basi, in quest'ultima sezione del Modulo approfondiremo il tema dell'importanza della verità, e ti presenteremo alcuni degli strumenti necessari per individuare le fake news.

2.3.1 L'importanza della verità

La menzogna e il disinteresse nei confronti della verità sono ormai entrati a far parte della nostra cultura, e questo ha avuto conseguenze enormi, dato che ci siamo abituati ad accettare le informazioni che ci arrivano senza preoccuparci di verificare che siano sempre veritiere. Capita molto spesso di sentire o leggere informazioni che poi vengono smentite, ma questo non ha alcuna ripercussione sulla persona che le ha diffuse, e solitamente nemmeno ci si preoccupa di fornire la versione corretta.

Per la sua capacità di dare importanza al rispetto per gli altri, la verità è un valore etico, uno dei pilastri fondamentali della coscienza morale di una comunità, e abbraccia tutti gli ambiti della vita umana. Dire la verità ci aiuta ad entrare in empatia e a costruire relazioni forti e durature. Ci rende più umani, più vicini e ci permette di relazionarci più a lungo e meglio con le persone che amiamo.

Siamo stati educati a essere 'politicamente corretti', e quando ci viene data l'opportunità di essere onesti e di affrontare un problema specifico, preferiamo sottrarci, alimentando la menzogna più e più volte. Questo non avviene solo a livello personale, ma anche e soprattutto sul posto di lavoro: preferiamo scappare dalle situazioni conflittuali, e perdiamo così l'opportunità di dire la verità. Se invece scegliamo di esprimere giudizi di valore in modo garbato, allora possiamo favorire la costruzione di relazioni durature.

Le conseguenze del non essere sinceri fanno sì che i problemi crescano all'infinito, proprio perché non abbiamo avuto il coraggio di dire la verità. Se tutti cercassimo di vivere nella verità e di cercare la verità, si genererebbero meno fake news, o quantomeno saremmo animati dal desiderio di contrastare le menzogne e di ricercare costantemente la verità.

Cosa c'entra la verità con il giornalismo?

La maggior parte dei codici deontologici considera il rispetto della verità come il primo principio etico che deve ispirare il comportamento di tutti i professionisti dell'informazione. Eppure, la pratica quotidiana del giornalismo si discosta troppo spesso da questo criterio morale. Il giornalista, come individuo, è sottoposto a pressioni di ogni tipo: l'imprenditore o l'editore stabiliscono gli orientamenti dell'informazione, e gli interessi politici o economici a cui ogni mezzo di comunicazione è inevitabilmente legato promuovono comportamenti di scarsa qualità morale...

In molti casi, la verità non è l'obiettivo fondamentale dell'informazione giornalistica. A volte viene raggiunta omettendo elementi essenziali di un fatto o distorcendo il materiale informativo, per non parlare delle occasioni in cui l'obiettivo è quello di indottrinare, manipolare e ingannare, piuttosto che di trasmettere la complessità dei fatti con il massimo rigore.

Per i giornalisti, la parola verità significa fedeltà ai fatti che vengono riportati. Per questo le loro verità sono provvisorie, cioè "penultime", dato che i fatti sono in costante evoluzione e ci sarà sempre qualcosa da aggiungere. In altre parole, il giornalista dovrebbe essere sempre pronto a rivedere, integrare o chiarire le sue notizie sui fatti, ma non è sempre così.

Se educassimo i cittadini e li aiutassimo a essere "sinceri", se la società in cui viviamo esigesse e valorizzasse la verità, i giornalisti, le aziende e tutti coloro che usano le fake news per raggiungere determinati interessi cambierebbero idea, e inizierebbero a chiedersi se davvero vale la pena vivere in una società piena di menzogne.

Osa essere onesto!

Se hai già intuito quanto sia importante il valore della sincerità, potrebbe interessarti sapere come fare ad essere una persona sincera. Ebbene, sappi che ci vorrà del tempo. Non si diventa persone sincere da un giorno all'altro, perché non basta ridurre il numero di bugie o esprimere con franchezza ciò che si pensa. Si può cominciare mettendo insieme tanti piccoli passi, che ti porteranno gradualmente a sviluppare le caratteristiche delle persone sincere e oneste. Per iniziare, consigliamo di seguire i suggerimenti riportati di seguito:

Come essere una persona sincera

Osa essere onesto!



Riconosci la tua disonestà

Se vuoi migliorare, devi prima riconoscere il problema, quindi pensa alle volte che sei stato disonesto con qualcuno in passato e ammetti che, in alcune circostanze, ti sei comportato in modo disonesto.



Mettiti nei panni degli altri.

Immagina di metterti nei panni di persone con le quali sei stato spesso disonesto:
come ti senti quando vieni ingannato?



Affronta le tue paure

Se a volte sei stato disonesto con gli altri, forse è perché avevi paura di esporti a un giudizio negativo da parte loro.



Sii onesto nelle piccole cose

Per abituarti ad essere onesto, inizia con le piccole cose.



Utilizza le parole corrette

Ci sono diversi modi e strumenti per esprimere un pensiero sincero. Tutto dipende dalle parole che usiamo.
Cerca di essere assertivo!

Figura 4 – Immagine elaborata da MEUS

2.3.2 Imparare a confutare le fake news

Per contrastare le bufale e le informazioni false dobbiamo abituarci a praticare un sano scetticismo. Per verificare le informazioni è bene tenere a mente quanto segue:

- 1. Verificare la credibilità dell'autore e della fonte.** Verifica sempre la firma della notizia. Meglio ancora se oltre al nome completo sono fornite informazioni come l'indirizzo e-mail, l'account Twitter o il profilo attivo su un sito web o su un social network, perché questo dimostra che dietro le notizie c'è una persona in grado di assumersene la responsabilità.
- 2. Non fermarsi al titolo.** I titoli allarmistici sono sempre a caccia di clic, per questo è sempre buona norma leggere per intero il contenuto delle notizie che ci colpiscono.
- 3. Diffidare di un linguaggio semplicistico, o esagerato,** o di un linguaggio che punta più sull'emotività che sulla trasmissione di informazioni affidabili.
- 4. La notizia contiene dati, grafici e dichiarazioni?** Verifica che i dati abbiano un link alle fonti consultate e che le dichiarazioni provengano da una persona identificabile.
- 5. Ignorare le catene di WhatsApp,** e soprattutto, non continuarle! Allo stesso modo, non prendere in considerazione audio o video di cui non conosci l'origine. Cerca il contenuto originale per scoprire dove e quando è stato generato, e da chi. Dobbiamo chiederci come una determinata notizia sia arrivata a noi: anche i nostri amici e familiari possono commettere l'errore di non controllare i contenuti dubbi, e di inoltrarli alla loro cerchia più stretta.
- 6.** La notizia è così scioccante che non riesci a crederci? O è così scioccante che invece ci credi? **Analizza la tua risposta emotiva.** Entrambe le reazioni sono segnali di allarme. Molte fake news fanno leva sulle nostre convinzioni preesistenti.
- 7.** Se hai dubbi su un'informazione o una notizia, **cercala e fai dei confronti incrociati** con altre fonti di informazione affidabili. Confronta i risultati che ottieni cercando l'informazione su Google.
- 8. Considerare la parzialità ideologica di contenuti eccessivamente politicizzati.** In situazioni di estrema incertezza come quelle in cui viviamo, la disinformazione è funzionale al raggiungimento di vantaggi politici o economici.
- 9. Attenzione alle pseudo-terapie.** La scienza può essere dimostrata con i fatti, e le sue pubblicazioni sono soggette a un sistema di controllo, mentre la pseudoscienza si basa su ipotesi e teorie non dimostrate.
- 10. Verifica la veridicità delle immagini e dei video sospetti che ricevi** utilizzando il Reverse Image Search di Google. Trovi un tutorial nella sezione "Ulteriori letture" nel Capitolo 3, oltre che a questo [link](#).

2.3.3 Cosa sta facendo l'Europa in merito alle fake news?

Il "Piano d'azione contro la disinformazione" è stato elaborato dalla Commissione Europea nel 2019. Tra giugno e ottobre 2018 il Consiglio europeo ha chiesto di sviluppare un piano d'azione per affrontare le problematiche in questo settore, soprattutto alla luce delle imminenti elezioni europee. La lotta alla disinformazione è un tema fondamentale, sia all'interno dell'UE che nei Paesi limitrofi. Il Piano d'azione contro la disinformazione mira a:

- Migliorare la capacità di individuazione e di analisi, e la visibilità della disinformazione.
- Rafforzare la cooperazione e le risposte congiunte alla disinformazione.
- Mobilitare il settore privato per affrontare la disinformazione.
- Aumentare la consapevolezza e migliorare la resilienza della società.

In questo Piano d'azione, la disinformazione è definita come un'informazione verificabile, falsa o fuorviante, creata, presentata e diffusa a scopo di lucro o per ingannare intenzionalmente il pubblico, e che può causare danni alla collettività.

Secondo un sondaggio condotto per lo sviluppo di questo Piano d'azione, l'83% degli Europei ritiene che le fake news siano una minaccia per la democrazia e il 73% degli utenti di Internet è preoccupato per la disinformazione online durante il periodo pre-elettorale.

Oltre al piano europeo per la disinformazione, in Europa sono state intraprese molte iniziative per contrastare la disinformazione. Di seguito è riportata una cronologia delle principali azioni portate avanti dalle istituzioni dell'Unione Europea, condivise anche sul sito web della Commissione.

Cronologia delle azioni dell'Unione Europea contro la disinformazione

A partire dal 2015, l'UE e gli Stati membri hanno rafforzato il loro impegno contro la disinformazione.



Marzo 2015

Lancio della [Task Force East StratCom](#) - Strategic communication challenges for Europe- del Servizio Europeo per l'Azione Esterna.

Aprile 2016

Quadro Congiunto per contrastare le minacce ibride

Un [approccio globale](#) per migliorare la risposta comune alle sfide poste dalle minacce ibride agli Stati membri, ai cittadini e alla sicurezza collettiva dell'Europa.

Marzo 2018

[Relazione del Gruppo di esperti indipendenti di Alto livello sulle Fake News e la Disinformazione online](#), che raccomanda di affrontare i problemi più urgenti e di fornire risposte a lungo termine per aumentare la resilienza della società alla disinformazione.

Aprile 2018

[Comunicazione sulla lotta alla disinformazione online](#) che preannuncia, tra l'altro, il Codice di condotta sulla Disinformazione.

Settembre 2018

[Comunicazione per garantire elezioni libere e regolari in Europa](#)

Ottobre 2018

[Il Code of practice on disinformation](#)

Un innovativo strumento di autoregolamentazione per garantire più trasparenza e una maggiore responsabilizzazione nell'utilizzo delle piattaforme online, e un quadro di riferimento per monitorare e migliorare le politiche delle piattaforme online in materia di disinformazione.

Dicembre 2018

Il Piano d'Azione contro la Disinformazione

Definisce il [quadro di azione](#) dell'UE, migliorando le capacità di rilevamento e analisi, promuovendo la consapevolezza, rafforzando la resilienza della società, aumentando le risposte coordinate e coinvolgendo le piattaforme online e il settore pubblicitario.

Marzo 2019

Lancio del [Sistema di Allerta rapido](#) contro la disinformazione.

Giugno 2020



Comunicazione: Lotta alla disinformazione sul COVID-19 e lancio del programma di monitoraggio della disinformazione sul COVID-19. Una [misura per la trasparenza](#), volta a garantire la rendicontazione al pubblico degli sforzi compiuti dai firmatari del Codice per limitare la disinformazione online legata al COVID-19.

- **Lancio dell'European Digital Media Observatory**

L'Osservatorio crea e sostiene una [comunità multidisciplinare](#), che comprende fact-checkers, ricercatori accademici e altre parti interessate che contribuiscono ad affrontare la disinformazione.

- [Relazione sulle Elezioni per il Parlamento Europeo del 2019](#)

Dicembre 2020

- **Proposta di legge sui servizi digitali**

Definisce [responsabilità più chiare](#) per le piattaforme online in base al loro ruolo, alle loro dimensioni e al loro impatto nell'ecosistema online.

- **Piano d'Azione per la Democrazia Europea**

Include [azioni volte a migliorare l'attuale strumentazione dell'UE](#) per contrastare le interferenze straniere, come l'imposizione di multe e la guida per rafforzare il Codice di condotta sulla disinformazione.

Maggio 2021

- **Orientamenti per il rafforzamento del Codice di condotta sulla disinformazione**

Parere della Commissione su come le piattaforme dovrebbero affrontare le lacune e le carenze del Codice e creare un ambiente online più trasparente, sicuro e affidabile.

- **Lancio degli hub nazionali dell'Osservatorio europeo dei media digitali**

Per aumentare la capacità di individuare, analizzare e smascherare le campagne di disinformazione.

- **Giugno 2021**

Avvio del processo di revisione da parte dei firmatari del Codice 2018 e di nuovi potenziali firmatari.

Novembre 2021

- [Proposta di Legge sulla trasparenza e sul targeting della pubblicità politica](#)

Giugno 2022

- [Codice di condotta rafforzato sulla disinformazione](#)

La disinformazione è motivo di preoccupazione per i cittadini europei e per i governi democratici, poiché dietro le fake news c'è sempre l'interesse a manipolare l'opinione pubblica e a destabilizzare gli Stati e le loro istituzioni, mettendo in pericolo la democrazia e la libertà, ed è per questo che la Commissione Europea ci sta lavorando.

2 LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE

Qui di seguito vengono proposte ulteriori risorse che possono essere utilizzate per approfondire le conoscenze relative al Modulo:

VIDEO

- [Google Image Search: Come posso verificare, rintracciare o trovare informazioni su un'immagine?](#)
- [Ecco come funzionano le fake news \(e come Internet può fermarle\)](#)
- [Perché il nostro cervello ama le Fake News?](#)
- [Come fanno le notizie “fake” a diventare notizie?](#)
- [5 modi per riconoscere le fake news](#)
- [Come guadagnano i siti di fake news?](#)
- [Come scegliersi le notizie?](#)

SITI WEB DI FACT CHECKING:

- [FactCheck.org](#)
- [Politifact.com](#)
- [Snopes](#)
- [TruthorFiction](#)
- [Hoax-Slayer](#)

Il Piano d'Azione contro la Disinformazione

3 BIBLIOGRAFIA

<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/fake-news>

[A multi-dimensional approach to disinformation](#)

<https://www.psicologia-online.com/caracteristicas-de-una-persona-sincera-6043.html>

<https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/desinformacion-concepto-y-perspectivas/>

https://uned.libguides.com/noticias_falsas/herramientas/cajas



MODULO 2: Perché abbiamo bisogno di un pensiero critico e di una visione critica

1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

1.1. OBIETTIVO DEL MODULO

L'obiettivo di questo Modulo è quello di introdurre gli studenti ai concetti di pensiero critico e di visione critica, che rivestono al giorno d'oggi un ruolo fondamentale, soprattutto quando si tratta di elaborare e analizzare il numero sempre crescente di informazioni che ogni giorno è possibile reperire su Internet. Il Modulo è pensato per introdurre gli studenti alle ragioni per cui è utile il pensiero critico, ai motivi per cui è importante e necessario, e per identificare le aree in cui il pensiero critico e la visione critica portano benefici tangibili a coloro che utilizzano entrambe le tecniche.

Perché il pensiero critico è così importante e perché ci concentriamo su questo argomento? Le scelte che facciamo influenzano la qualità della nostra vita: se si vuole vivere al meglio, senza problemi e più felici, è necessario prendere decisioni consapevoli. Questo obiettivo può essere raggiunto attraverso un metodo semplice, noto appunto come pensiero critico.

Il pensiero critico è estremamente importante, specialmente in quest'epoca in cui le informazioni si diffondono molto rapidamente attraverso i social media e le altre piattaforme online. Non possiamo dare per scontato che tutto ciò che vediamo o leggiamo sui media sia la verità, tra le altre cose, anche questo tema verrà affrontato nel Modulo. Attraverso i contenuti presentati, lo studente scoprirà come le capacità di pensiero critico siano in grado di fornire benefici tangibili e le ragioni per cui risulta difficile operare in diversi ambiti della vita senza questa abilità.

1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Al termine di questo Modulo, lo studente sarà in grado di:

- comprendere cos'è e cosa comporta il pensiero critico,
- identificare le aree in cui il pensiero critico è essenziale nella vita quotidiana,
- identificare i vantaggi che il pensiero critico apporta a particolari aspetti della vita quotidiana,
- riconoscere che cos'è la visione critica e in quali situazioni viene utilizzata.

2. CONTENUTI DIDATTICI

2.1. LA DEFINIZIONE DI PENSIERO CRITICO E DI VISIONE CRITICA

Per comprendere al meglio l'argomento e poter mettere in pratica i temi trattati in questo Modulo, vogliamo iniziare con alcune semplici definizioni.

Cominciamo con il dire che il concetto di pensiero critico risale alla metà del XX secolo. Molti grandi filosofi, pensatori e innovatori mondiali hanno dato una loro definizione di pensiero critico. Sebbene esistano molte definizioni di questo termine, ognuna di esse racchiude in sé l'essenza del pensiero critico. Vediamo a titolo esplicativo una di queste definizioni.

Il *pensiero critico* è la capacità di **analizzare e valutare informazioni e argomenti in modo autonomo e oggettivo**. Prevede un approccio critico a idee, teorie, affermazioni e situazioni diverse, per risolvere efficacemente i problemi, prendere decisioni e trarre conclusioni.

È un **processo** attraverso il quale una persona **analizza attentamente** dati, argomenti o situazioni, anziché accettarli incondizionatamente. Il pensiero critico comprende la capacità di riconoscere informazioni ambigue, individuare contraddizioni logiche, valutare le fonti di informazione, prendere in considerazione diverse prospettive e trarre conclusioni basate su **un'analisi accurata**.

In poche parole, il pensiero critico permette di elaborare nuove idee e prospettive diverse da quelle degli altri. Inoltre, aiuta a prendere le giuste decisioni. Le persone che pensano in modo critico risparmiano anche molto tempo, denaro, risorse e sforzi, poiché sono in grado di selezionare gli aspetti fondamentali ed eliminare quelli errati o superflui.

La capacità di pensare in modo critico aiuta le persone sia nella vita personale che in quella professionale, ed è apprezzata dalla maggior parte dei datori di lavoro.

La visione critica, invece, è un concetto simile al pensiero critico e ne è una sorta di complemento. La visione critica si riferisce alla **capacità di esaminare e analizzare informazioni, idee e situazioni in modo obiettivo e scettico**. Comporta la messa in discussione delle ipotesi, la valutazione delle prove, l'identificazione dei pregiudizi e la presa in esame di prospettive alternative. La visione critica permette di andare oltre gli aspetti superficiali e incoraggia ad approfondire la comprensione degli elementi sottesi, delle implicazioni e delle potenziali conseguenze.

Coltivare una visione critica è essenziale per prendere decisioni informate, per la crescita intellettuale e per un coinvolgimento più attento e consapevole con il mondo che ci circonda. Ci permette di affrontare questioni complesse, di sfidare le norme consolidate e di contribuire a una società più razionale, inclusiva e informata.

ABILITÀ DI PENSIERO CRITICO

È difficile trovare uno schema universale per rappresentare le competenze che compongono il pensiero critico. Tuttavia, è possibile individuare alcune di quelle che vengono generalmente considerate le più importanti. Focalizzarsi su di esse può rendere ciascun individuo un pensatore critico eccellente.

Vediamo dunque un elenco di competenze chiave del pensiero critico:

- Collegamento tra pensiero critico e **identificazione**. Il pensiero critico e l'identificazione sono interconnessi perché il pensiero critico si basa sulla capacità di analizzare e riconoscere accuratamente i diversi elementi di una

situazione o di un problema. L'identificazione comporta l'individuazione e la comprensione precisa delle informazioni rilevanti che supportano il processo di pensiero critico, mentre il pensiero critico consente di valutare e interpretare efficacemente tali informazioni.

- L'importanza della **ricerca**. La ricerca autonoma di informazioni è molto preziosa. Le argomentazioni sono concepite per essere persuasive, il che significa che i fatti e i dati a sostegno possono essere presentati fuori contesto o provenire da fonti inaffidabili.
- Identificare i **pregiudizi**. Valutare obiettivamente le informazioni e riconoscere i pregiudizi può essere una sfida particolarmente ardua.
- **Inferenza**. La capacità di dedurre e trarre conclusioni sulla base delle informazioni presentate. La capacità di dedurre permette di esplorare e scoprire i possibili esiti della valutazione di uno scenario. È importante ricordare che non tutte le conclusioni devono per forza essere corrette.
- **Curiosità**. Combinando la curiosità con il pensiero critico, è possibile migliorare la nostra capacità di comprendere, analizzare e valutare in modo completo le informazioni.

Queste sono abilità indispensabili per diventare pensatori indipendenti e prendere decisioni migliori in vari aspetti della vita.

Ad ogni modo, è importante sviluppare le capacità di pensiero critico mantenendo al contempo moderazione e flessibilità. Lavorare su queste competenze richiede di mantenere costantemente il giusto equilibrio tra analisi e apertura a nuove idee e a nuove prospettive.

Le capacità di pensiero critico si sviluppano gradualmente e possono richiedere una certa pratica. Non sempre è facile riuscire a cogliere tutti i segnali in tutte le situazioni, ma il pensiero critico può aiutarti a comprendere meglio il mondo che ti circonda e a prendere decisioni più razionali. Anzi, più ti eserciterai, maggiori saranno i risultati che otterrai.



Figura 1 - Immagine elaborata da ADES

PENSIERO CRITICO: IL PROCESSO

Il pensiero critico non è sempre presente nella nostra mente. Ci sono momenti in cui il nostro pensiero devia dall'analisi critica, ad esempio quando le nostre emozioni, come la rabbia, il dolore o la gioia, influenzano il nostro autocontrollo, oppure semplicemente quando ci comportiamo in modo rigido. In ogni caso, l'aspetto positivo è che la capacità di pensiero critico non è costante, ma può variare in base alla propria mentalità. Questo significa che, nella maggior parte dei casi, abbiamo la possibilità di migliorare le nostre capacità di pensiero critico attraverso alcune attività di routine e mettendole in pratica nei problemi che incontriamo.

Una volta compresi i principi alla base del pensiero critico, la chiave per migliorarlo sta nella perseveranza e nella pratica.

Per iniziare a pensare in modo critico, puoi provare l'esercizio seguente. Si tratta di analizzare quello che ti è stato detto, ponendoti alcune domande.

Pensa a qualcosa che qualcuno ti ha detto di recente. Poi poniti le seguenti domande:

Chi è stato a parlare?	È qualcuno che conosci? Qualcuno con autorità o potere? Che importanza ha chi ti ha detto questo?
Cosa è stato detto?	Ha esposto fatti o opinioni? Ha fornito tutti i dettagli? Ha tralasciato qualcosa?
Dove è stato detto?	È stato fatto in pubblico o in privato? Altre persone hanno avuto la possibilità di rispondere, e di fornire una narrazione alternativa?
Quando è stato detto?	È avvenuto prima, durante o dopo un evento importante? La tempistica è importante in questo caso?
Perché è stato detto?	Sono state spiegate le ragioni delle opinioni espresse? Si è cercato di mettere qualcuno in buona o cattiva luce?
Come è stato detto?	Era felice o triste, arrabbiato o indifferente? È stato scritto o detto a voce? Sei riuscito a capire ciò che è stato detto?

2.2. QUANDO IL PENSIERO CRITICO È NECESSARIO

Il pensiero critico è necessario in vari aspetti della vita, quando si incontrano situazioni complesse, sfide o si devono prendere decisioni oculate. È un'abilità essenziale che permette di analizzare le informazioni, valutare le argomentazioni e giungere a conclusioni ben motivate. Che si tratti di contesti personali, professionali o accademici, il pensiero critico permette di orientarsi nella complessità del mondo, di pensare in modo indipendente e di formulare opinioni basate su informazioni verificate. Permette di mettere in discussione le ipotesi, identificare i pregiudizi e affrontare le questioni con una mente aperta, in modo da arrivare a una soluzione più efficace dei problemi, a un migliore processo decisionale e a una comprensione più profonda del mondo che ci circonda. In definitiva, il pensiero critico è una competenza preziosa che consente di affrontare le complessità della vita con chiarezza, logica e rigore intellettuale.

Per tali ragioni, il pensiero critico è essenziale in diversi aspetti della vita e in diversi contesti.

Ecco alcune situazioni in cui il pensiero critico è particolarmente importante:

- **Nel problem-solving.** Quando ci si trova di fronte a problemi impegnativi o complessi, il pensiero critico aiuta ad analizzare le situazioni, a identificare le potenziali soluzioni e a prendere decisioni informate sulla base delle prove disponibili e del ragionamento logico.
- **Per prendere decisioni.** Il pensiero critico svolge un ruolo fondamentale nel valutare le opzioni, soppesando i pro e i contro e considerando le potenziali conseguenze prima di fare una scelta. Aiuta a minimizzare i pregiudizi e a prendere decisioni informate.
- **Per valutare le informazioni.** In un'epoca di sovraccarico di informazioni, il pensiero critico aiuta a valutare la credibilità, l'affidabilità e la rilevanza delle

informazioni che si incontrano. Ciò comporta l'analisi delle fonti, la verifica dei fatti e la distinzione tra informazioni credibili e disinformazione.

- **Nell'analisi delle argomentazioni.** Il pensiero critico consente di valutare la fondatezza delle argomentazioni, di identificare le contraddizioni logiche, i pregiudizi e i ragionamenti lacunosi. Comporta la messa in discussione dei presupposti, l'esame delle prove e la valutazione della coerenza e della validità delle affermazioni.
- **Per partecipare a dibattiti e discussioni.** Il pensiero critico è essenziale per un confronto costruttivo e significativo nei dibattiti e nelle discussioni. Permette di ascoltare attivamente, di considerare le diverse opinioni, di valutare le prove e di contribuire con cognizione di causa allo scambio di idee.
- **In contesti professionali e accademici.** Il pensiero critico è molto apprezzato in ambito lavorativo e accademico. Aiuta i professionisti a risolvere i problemi, a esprimere pareri fondati e ad adattarsi a circostanze mutevoli. Nel mondo accademico, il pensiero critico è essenziale per condurre ricerche, analisi e sviluppare argomentazioni valide.
- **Per le considerazioni etiche.** Il pensiero critico aiuta a prendere decisioni eticamente corrette, valutando le implicazioni etiche, tenendo conto di molteplici prospettive e valutando le conseguenze delle azioni.

In generale, il pensiero critico è essenziale nelle situazioni che richiedono un'analisi obiettiva, un parere motivato, la risoluzione di problemi e un processo decisionale efficace. Migliora l'autonomia intellettuale, consente agli individui di pensare in modo indipendente e favorisce una comprensione più profonda del mondo che li circonda.

IL PENSIERO CRITICO NELLA QUOTIDIANITÀ

Il pensiero critico ha un valore inestimabile nella vita di tutti i giorni, in quanto permette di affrontare le varie situazioni con chiarezza e razionalità. Aiuta a prendere decisioni informate, ad analizzare le informazioni, a risolvere i problemi e a valutare le situazioni.

Più in generale, il pensiero critico è un'abilità fondamentale che migliora la capacità di interagire con il mondo che ci circonda. Permette di fare scelte più consapevoli, di risolvere i problemi in modo efficace, di valutare criticamente le informazioni e di comunicare in modo consapevole. Applicando il pensiero critico alla vita quotidiana, è possibile affrontare le sfide, prendere decisioni migliori e condurre una vita più soddisfacente e intellettualmente più ricca.

Ecco alcuni esempi di come il pensiero critico può essere utile in diversi ambiti della vita:

- **Lavoro.** Sul posto di lavoro, il pensiero critico permette di analizzare i dati, valutare le opzioni e prendere decisioni informate. Supporta la risoluzione dei problemi, aiuta a identificare le relazioni causa-effetto e incoraggia la ricerca di soluzioni innovative. Di conseguenza, le capacità di pensiero critico sono una risorsa importante per un lavoratore, poiché i datori di lavoro tendono a stimare i candidati in grado di esaminare accuratamente una circostanza e di trovare

una soluzione coerente. Il tempo può essere un bene prezioso per la maggior parte

dei manager: un lavoratore capace di fare le scelte giuste senza supervisione risparmierà sia al direttore che all'azienda nel suo complesso un sacco di tempo prezioso.

- **Vita privata.** Il pensiero critico è importante anche nella vita privata. Permette di valutare le informazioni che si trovano nei media, nei notiziari o negli articoli scientifici, aiutando a orientarsi tra i messaggi tendenziosi o fuorvianti. Favorisce l'autoriflessione, consentendo di analizzare in modo più obiettivo le proprie convinzioni, azioni e scelte.
- **Relazioni interpersonali.** Il pensiero critico migliora la capacità di costruire relazioni interpersonali sane. Analizzando il proprio atteggiamento e i propri comportamenti, si può comprendere meglio anche l'impatto che essi hanno sugli altri. Il pensiero critico permette anche di ascoltare attivamente gli altri, di capire il loro punto di vista e di riconoscere i comportamenti manipolatori o di sfruttamento.
- **Consumi e acquisti.** Nell'ambito dei consumi e degli acquisti, il pensiero critico è essenziale. Esso consente di valutare criticamente le pubblicità, le recensioni e le informazioni sui prodotti: in questo modo, è possibile valutare la qualità, i benefici e i costi dei prodotti, evitando di cadere nelle trappole del marketing e prendendo decisioni di acquisto ben informate.

Per riassumere, il pensiero critico svolge un ruolo importante sul posto di lavoro, nella vita personale, nelle relazioni interpersonali e nel processo decisionale dei consumatori poiché permette di pensare in modo indipendente, di formulare giudizi validi e di destreggiarsi nella complessità della vita quotidiana.

Vale la pena ricordare che il pensiero critico è un insieme di competenze estremamente importanti nel mondo di oggi, caratterizzato da una grande quantità di informazioni e prospettive diverse.

Ecco alcuni esempi di come il pensiero critico può essere utile nella quotidianità:

- **Media e informazione.** Il pensiero critico è fondamentale per difendersi dall'influenza della disinformazione e delle fake news. Esso permette di valutare criticamente le informazioni che si incontrano, discernendo le fonti affidabili da quelle inaffidabili.
- **Politica e dibattiti pubblici.** Il pensiero critico contribuisce a prendere decisioni più consapevoli in ambito politico. In particolare, consente di analizzare e valutare le argomentazioni presentate nei dibattiti pubblici, in modo da poter formulare opinioni fondate e affrontare discussioni costruttive.
- **Cultura del consumo.** Il pensiero critico aiuta ad analizzare in modo critico la pubblicità e le promozioni. Permette di valutare la qualità dei prodotti e dei servizi, e di prendere decisioni d'acquisto in linea con le proprie esigenze e i propri valori.
- **Relazioni sociali.** Il pensiero critico aiuta ad analizzare le situazioni sociali, a valutare il comportamento degli altri e a prendere decisioni basate sui propri valori e sulle proprie intenzioni. Consente di superare le manipolazioni emotive e di fare scelte ben informate riguardo alle relazioni.

- **Istruzione e sviluppo personale.** Il pensiero critico stimola un atteggiamento mentale improntato allo scetticismo, all'indagine e alla ricerca di conoscenze più approfondite. Promuove una migliore comprensione del mondo e incoraggia la crescita e lo sviluppo personale.



Figura 2 - Immagine elaborata da ADES

2.3. I VANTAGGI DEL PENSIERO CRITICO

Il pensiero critico ha numerose implicazioni e benefici sia a livello personale che sociale. Eccone alcuni:

- aumento della creatività,
- aumento dell'innovazione,
- apertura mentale e tolleranza nei confronti di punti di vista diversi,
- capacità di prendere decisioni migliori e più informate,
- capacità di costruire relazioni migliori,
- capacità di risolvere i problemi in modo più efficace,
- sviluppo personale,
- maggiori capacità analitiche,
- comunicazione efficace,
- gestione dei conflitti etici in modo consapevole,
- gestione delle risorse ottimale,
- maggiore consapevolezza di sé,
- adattabilità e flessibilità,
- valutazione dei rischi più dettagliata,
- apprendimento permanente.

Il pensiero critico consente di affrontare problemi complessi con una mentalità logica e sistematica, che porta a una risoluzione dei problemi più efficace ed efficiente. Inoltre, aiuta a evitare decisioni affrettate o impulsive, e favorisce la capacità di formulare giudizi validi basati su prove e ragionamenti logici. Il pensiero critico rafforza le capacità analitiche, migliorando la capacità di valutare le informazioni, identificare gli schemi e trarre conclusioni logiche. Migliora la capacità di valutare la credibilità e l'affidabilità delle fonti, di analizzare criticamente le argomentazioni e di formulare giudizi ben motivati, e promuove la comunicazione efficace, incoraggiando le persone a esprimere chiaramente i propri pensieri, ad ascoltare attivamente e a considerare prospettive diverse. Migliora la capacità di articolare idee, presentare argomentazioni logiche e impegnarsi in un dialogo costruttivo, favorendo una migliore comprensione e collaborazione nei rapporti personali e professionali. Aiuta le persone a riconoscere i propri pregiudizi e a sfidare i preconcetti, portando a interazioni più inclusive ed empatiche con gli altri. Infine, spinge le persone a esaminare le proprie convinzioni, pregiudizi e presupposti, consentendo una maggiore crescita e favorendo lo sviluppo personale.

Essendo consapevoli dei propri processi di pensiero e dei propri pregiudizi cognitivi, gli individui possono fare scelte più informate e migliorare continuamente le proprie capacità di pensiero. Il pensiero critico promuove l'adattabilità e la flessibilità di fronte a circostanze mutevoli o a nuove informazioni, incoraggia le persone a rivalutare le proprie ipotesi, ad aggiustare il proprio pensiero e a modificare il proprio approccio quando necessario. Questa capacità di adattamento è preziosa per orientarsi in ambienti dinamici e complessi. Il pensiero critico favorisce anche una mentalità improntata all'apprendimento continuo e alla curiosità intellettuale, e incoraggia le persone a cercare nuove conoscenze, a esplorare diverse prospettive e a impegnarsi in sfide intellettuali. Migliora la capacità di valutare criticamente le informazioni e di impegnarsi nell'apprendimento continuo per lo sviluppo personale e professionale.

Le capacità di pensiero critico e di visione critica non solo aiutano a risolvere i problemi esistenti, ma anche ad anticipare i problemi potenziali. Analizzando criticamente le situazioni, identificando gli schemi e valutando i rischi, gli individui possono affrontare in modo proattivo le sfide prima che si aggravino, portando a una più efficace prevenzione dei problemi ed una migliore gestione dei rischi.

In generale, il pensiero critico offre una serie di vantaggi, tra cui una maggiore efficacia nella risoluzione dei problemi, processi decisionali migliori, maggiore creatività e capacità di adattamento, capacità analitiche più solide. Ancora, la capacità di comunicare in modo efficace, una maggiore apertura mentale, una maggiore consapevolezza di sé, l'adattabilità, l'apprendimento permanente e la capacità di prevenire i problemi in modo più efficace. Coltivando e applicando le capacità di pensiero critico, gli individui possono destreggiarsi in situazioni complesse, fare scelte informate e crescere in vari ambiti personali e professionali.

Nella sezione che segue illustreremo in modo più dettagliato i principali vantaggi che si possono ottenere mettendo in pratica le capacità di pensiero critico.

IL PENSIERO CRITICO SVILUPPA LA CREATIVITA'

Il pensiero critico può promuovere la creatività? Assolutamente sì!

Come già sappiamo, il pensiero critico è la capacità di analizzare, valutare e rielaborare le informazioni per giungere a conclusioni e soluzioni personali. Quando si è capaci di pensare in modo critico in merito ai problemi e alle sfide che si presentano, ci si pone delle domande, si esplorano diverse prospettive, si considerano le alternative e si esaminano le possibili conseguenze.

Il pensiero critico incoraggia le persone a pensare fuori dagli schemi, a mettere in discussione le ipotesi e a esplorare possibilità alternative. In questo modo esso favorisce la creatività e l'innovazione, promuovendo la generazione di idee uniche, creando collegamenti tra concetti differenti e affrontando i problemi da diverse angolazioni. Il pensiero critico è strettamente legato alla creatività, e spesso funge da catalizzatore; ponendo domande e stimolando la curiosità, viene stimolato il processo creativo, da cui scaturiscono nuovi concetti.

Allo stesso modo, il pensiero critico svolge un ruolo fondamentale anche nella valutazione e nel miglioramento delle idee esistenti. Attraverso l'analisi dei punti di forza e di debolezza delle diverse soluzioni, è possibile affinare le proprie convinzioni, innovarle e sviluppare così un approccio più creativo ed efficace.

Il pensiero critico ha molti aspetti positivi che incoraggiano la creatività. Ecco i più importanti:

- analizzare i problemi,
- individuare gli errori,
- risolvere i problemi in modo creativo,
- valutare e perfezionare le idee.

È comunque importante notare che pensiero critico e creatività non devono necessariamente procedere di pari passo. Il pensiero critico può talvolta inibire la creatività, soprattutto quando è troppo critico, o si limita a schemi di pensiero tradizionali. Per sviluppare sia il pensiero critico che la creatività è fondamentale trovare un equilibrio tra analisi e immaginazione.



Figura 3 - Fonte: https://www.freepik.com/free-photo/idea-concept-with-light-bulb_18493766.htm#query=CREATIVITY&position=1&from_view=search&track=sph

Esistono diversi esercizi che mirano a promuovere il pensiero critico e, allo stesso tempo, a sviluppare la creatività. Uno di questi è l'esercizio chiamato "I sei cappelli per pensare". Si tratta di un esercizio famoso, sviluppato da Edward de Bono. Vuoi scoprire in cosa consiste? Questo link ti fornirà le informazioni: [Tecnica dei sei cappelli per pensare](#).

In linea generale, il pensiero critico svolge un ruolo importante nella promozione della creatività. Mettendo in discussione le ipotesi, valutando le prospettive, risolvendo i problemi, generando soluzioni alternative, creando collegamenti, accogliendo l'ambiguità e imparando dagli errori, i pensatori critici sono in grado di pensare in modo creativo e di offrire idee e soluzioni innovative.

In ogni caso è bene ricordare che, a volte, il pensiero critico può inibire la creatività, quando è troppo meccanico e critico. Pertanto, trovare un equilibrio tra i due è estremamente importante.

IL PENSIERO CRITICO MIGLIORA LE RELAZIONI

Il pensiero critico ha un ruolo importante nelle relazioni interpersonali? Sì, in effetti è in grado di migliorarle! Quando usiamo il pensiero critico nelle relazioni interpersonali, possiamo capire, interpretare e rispondere meglio alle situazioni, ottenendo interazioni più sane e costruttive.

Ecco alcuni modi in cui il pensiero critico può avere un impatto positivo sulle relazioni:

- **Comunicazione efficace.** Il pensiero critico implica l'ascolto attivo, la valutazione delle informazioni e una risposta ponderata. Applicando le capacità di pensiero critico, è possibile comunicare in modo più efficace, esprimere chiaramente i



propri pensieri e le proprie opinioni e comprendere i punti di vista degli altri. Questo porta a una migliore comprensione, a una migliore comunicazione e a una riduzione dei malintesi nelle relazioni.

- **Risoluzione dei conflitti.** Il pensiero critico consente di affrontare i conflitti in modo razionale e obiettivo. Aiuta ad analizzare le cause profonde dei conflitti, a identificare le possibili soluzioni e a valutarne le conseguenze. Applicando le capacità di pensiero critico, è possibile trovare un terreno comune, negoziare compromessi e risolvere i conflitti in modo costruttivo e rispettoso.
- **Analisi della situazione.** Il pensiero critico permette di guardare una situazione da diverse prospettive. Permette di valutare i fatti, le proprie convinzioni e le intenzioni degli altri. Tutto ciò aiuta a evitare giudizi affrettati e a comprendere meglio le motivazioni e le esigenze altrui.
- **Empatia e comprensione.** La visione critica incoraggia gli individui a considerare più prospettive e a pensare al di là dei propri pregiudizi e supposizioni. Questa mentalità promuove l'empatia e la comprensione nelle relazioni. Attraverso la ricerca attiva della comprensione dei punti di vista altrui, i pensatori critici possono creare legami più profondi, rafforzare la fiducia e promuovere interazioni più sane.
- **Problem-solving.** Il pensiero critico fornisce competenze per la risoluzione dei problemi che possono essere applicate anche alle relazioni interpersonali. Aiuta a identificare e ad affrontare i problemi di base, ad analizzare le possibili soluzioni e a valutarne i potenziali risultati. Utilizzando il pensiero critico, è possibile lavorare insieme per trovare soluzioni efficaci e prendere decisioni informate a beneficio della relazione.
- **Valutare ipotesi e bias.** Il pensiero critico implica la messa in discussione di assunti, convinzioni e pregiudizi. Applicando questo approccio alle relazioni, è possibile mettere in discussione le nozioni preconcepite e i pregiudizi che potrebbero ostacolare una comunicazione e una comprensione efficaci. Questa auto-riflessione aiuta a promuovere relazioni più aperte e inclusive.
- **Crescita e apprendimento.** I pensatori critici sono propensi all'apprendimento e alla crescita personale. Apprezzano i feedback costruttivi e sono disposti ad auto-riflettere e ad adattare comportamenti e prospettive. Nelle relazioni, questa disponibilità a crescere e imparare favorisce un ambiente sano per lo sviluppo personale e rafforza il legame tra gli individui.
- **Consapevolezza di sé.** Il pensiero critico richiede inoltre di riflettere sulle proprie convinzioni, pregiudizi ed errori. Aiuta a identificare le proprie debolezze e le aree in cui si può migliorare. Questo porta a una maggiore consapevolezza di sé e alla capacità di autosviluppo, a vantaggio delle relazioni con gli altri.

In che modo l'essere un pensatore critico può influenzare la tua vita e le tue relazioni?

Essere un pensatore critico può avere un impatto positivo sulla vita e sulle relazioni in diversi modi. In primo luogo, consente di comprendere meglio le prospettive altrui e di essere aperti a una varietà di punti di vista. In secondo luogo, aiuta a comunicare efficacemente i propri sentimenti e pensieri.

È uno strumento importante per costruire relazioni interpersonali sane. Permette di capire meglio gli altri, di comunicare in modo efficace, di prendere decisioni informate e di risolvere i problemi. Grazie al pensiero critico possiamo creare relazioni più solide, empatiche e costruttive.

In sintesi, il pensiero critico migliora la comunicazione, promuove una risoluzione efficace dei conflitti, agevola l'empatia e la comprensione, aiuta a risolvere i problemi, aiuta a valutare le ipotesi e i pregiudizi, costruisce la fiducia e la credibilità e incoraggia la crescita e l'apprendimento. Queste qualità contribuiscono a creare relazioni più sane e soddisfacenti.

IL PENSIERO CRITICO ALLENA LA MENTE

Il pensiero critico è una delle abilità intellettuali fondamentali da sviluppare nel mondo di oggi, ricco di informazioni e punti di vista diversi. Non a caso si dice che il pensiero critico tiene allenata la mente, e lo fa stimolandola e mettendo alla prova le capacità cognitive. Questo approccio risveglia i processi di pensiero, consentendo di comprendere meglio i problemi, prendere decisioni razionali e formulare argomentazioni valide.

In particolare, il pensiero critico e l'intuizione critica sviluppano la capacità di analizzare e valutare le argomentazioni, consentendo di individuare i ragionamenti deboli, basati esclusivamente su emozioni, pregiudizi o informazioni carenti, e permettono di affrontare, in modo più razionale, i dibattiti e la risoluzione dei problemi. **La capacità di autocritica è un'altra componente di questo modo di pensare, che comprende l'abilità di valutare e analizzare criticamente le proprie convinzioni, i propri difetti e le proprie carenze.** Concentrandoci sui nostri punti deboli, possiamo migliorare le nostre capacità, ampliare le nostre conoscenze e crescere come individui. Guardando a noi stessi in modo critico, evitiamo l'autopromozione e un approccio acritico alle nostre azioni, che porterebbe alla stagnazione e alla perdita di prospettiva. Il pensiero critico allena la nostra mente, ci aiuta a comprendere problemi più complessi e ci arricchisce come individui. Nel mondo di oggi, frenetico e ricco di informazioni, è un'abilità estremamente preziosa e necessaria per il successo e la realizzazione in vari ambiti della vita.

Di seguito sono illustrati alcuni modi in cui gli esercizi di pensiero critico possono essere utili per rafforzare la tua mente:

- **Pensiero analitico.** Gli esercizi di pensiero critico richiedono di analizzare le informazioni, di scomporle e di valutarne la pertinenza e la credibilità. Questo processo migliora le capacità di pensiero analitico, consentendo di affrontare problemi e situazioni con una mentalità più logica e sistematica.
- **Gestione dei problemi.** Gli esercizi di pensiero critico spesso comportano la risoluzione di problemi complessi o puzzle. Impegnarsi in questi esercizi stimola la mente a identificare schemi, considerare varie soluzioni e valutarne i potenziali risultati. La pratica regolare migliora le capacità di risoluzione dei problemi e aumenta la capacità di affrontare le sfide della vita reale in modo più efficace.

- **Creatività e innovazione.** Gli esercizi di pensiero critico possono stimolare la creatività incoraggiando a pensare fuori dagli schemi e a generare idee nuove. Questi esercizi spesso richiedono di creare collegamenti tra concetti apparentemente non correlati, di esplorare prospettive alternative e di ideare soluzioni innovative. Impegnandosi nel pensiero creativo, si amplia la propria flessibilità mentale e si favorisce una mentalità più fantasiosa.
- **Prendere buone decisioni.** Gli esercizi di pensiero critico riguardano la capacità di prendere decisioni basate su prove, ragionamenti e valutazioni attente. Richiedono di soppesare diversi fattori, di considerare le potenziali conseguenze e di scegliere la linea d'azione migliore. La pratica regolare rafforza le capacità decisionali, consentendo di fare scelte informate e ragionate in vari aspetti della vita.
- **Ragionamento logico.** Gli esercizi di pensiero critico allenano la mente al ragionamento logico. Richiedono di identificare le contraddizioni logiche, di valutare le argomentazioni e di trarre conclusioni valide. Impegnandosi in esercizi di ragionamento logico, si migliora la capacità di individuare le falle nel ragionamento e di costruire argomentazioni solide e coerenti.
- **Riflessione e autoconsapevolezza.** Gli esercizi di pensiero critico spesso implicano la riflessione e l'autovalutazione. Inducono a mettere in discussione le proprie convinzioni, i propri pregiudizi e le proprie ipotesi e a metterne in dubbio la validità. Questo processo aiuta a coltivare l'autoconsapevolezza, consentendo a ciascuno di comprendere meglio i propri pensieri e le proprie prospettive, e di riconoscere i potenziali pregiudizi cognitivi che possono influenzare i pensieri.
- **Agilità e flessibilità mentale.** Impegnarsi regolarmente in esercizi di pensiero critico mette alla prova la mente e promuove l'elasticità mentale. Spinge ad adattarsi a nuove informazioni, a considerare punti di vista alternativi e a modificare il proprio pensiero di conseguenza. Questa flessibilità rafforza le capacità cognitive e consente di affrontare situazioni complesse con una mentalità aperta e adattabile.
- **Apprendimento permanente.** Gli esercizi di pensiero critico favoriscono una mentalità di apprendimento continuo e di curiosità intellettuale. Incoraggiano a cercare nuove conoscenze, a esplorare diverse prospettive e a impegnarsi in sfide intellettuali. Questo impegno per l'apprendimento continuo mantiene la mente attiva e affina continuamente le capacità di pensiero critico.

In sintesi, gli esercizi di pensiero critico allenano la mente migliorando il pensiero analitico, le capacità di risoluzione dei problemi, la creatività, le capacità decisionali, il ragionamento logico, la consapevolezza di sé, l'elasticità mentale e promuovendo l'impegno nell'apprendimento permanente. Impegnandosi regolarmente in questi esercizi, è possibile rafforzare le proprie capacità cognitive e potenziare la propria mente, rendendola più attiva e flessibile.

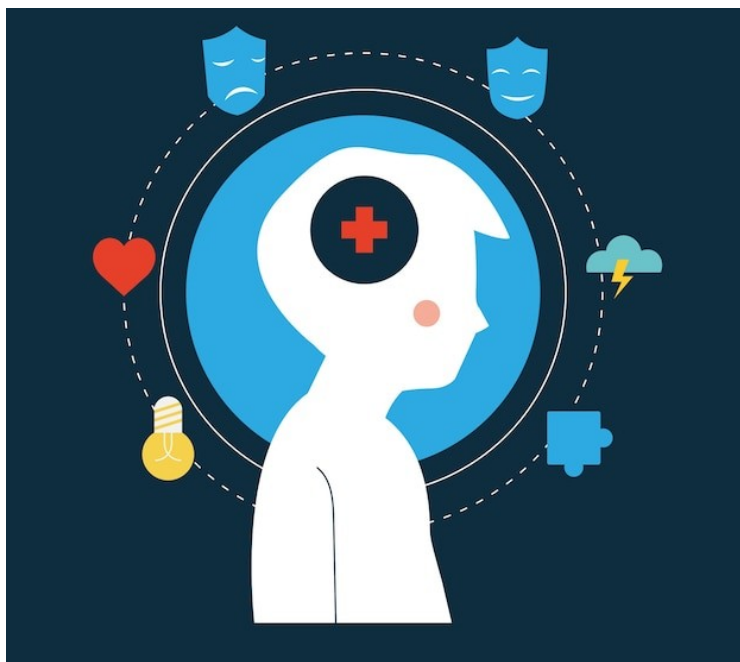


Figura 4 - Fonte: https://www.freepik.com/free-vector/modern-mental-health-concept-with-flat-design_2719666.htm#query=mind%20exercise&position=8&from_view=search&track=ais

IL PENSIERO CRITICO AIUTA A PRENDERE DECISIONI E A FARE SCELTE CONSAPEVOLI

Come già accennato all'inizio di questo Modulo, il pensiero critico è la capacità di analizzare le informazioni, comprendere il contesto e formulare conclusioni fondate. L'uso corretto del pensiero critico consente di fare scelte consapevoli, considerando sia gli aspetti positivi che quelli negativi di una situazione, di una decisione o di un problema. Il pensiero critico è un'abilità che può aiutare a prendere decisioni migliori. Significa analizzare, valutare e comprendere le informazioni prima di intraprendere qualsiasi azione o decisione.

Quando si usa il pensiero critico, si cerca di affrontare un argomento in modo obiettivo e con una mente aperta. Questo significa analizzare le informazioni provenienti da diverse fonti, esplorare diversi punti di vista e considerare sia i pro che i contro di una situazione. In questo modo si evita di pensare in modo unilaterale e si considera un'ampia gamma di fattori.

Il pensiero critico permette di fare scelte consapevoli applicando le capacità analitiche e valutative ai processi decisionali. Si tratta di esaminare le informazioni, considerare diverse prospettive e fare scelte ponderate e informate, basate su ragionamenti e prove solide. Questo processo si articola in diverse fasi. Queste sono:

1. Raccolta di informazioni
2. Analisi di ipotesi e pregiudizi
3. Valutazione delle prove
4. Considerazione delle conseguenze
5. Identificazione e valutazione delle alternative
6. Ponderazione di rischi e benefici
7. Riflessione su valori ed etica
8. Processo decisionale **iterativo**³

Il pensiero critico prevede che il procedimento decisionale sia spesso un processo iterativo, che comporta la revisione e la rivalutazione delle scelte quando si rendono disponibili nuove informazioni o cambiano le circostanze. Questo approccio flessibile e adattivo consente di migliorare e adeguare continuamente le decisioni sulla base di nuove conoscenze e feedback.

Affinché il pensiero critico diventi un processo efficace quando si tratta di prendere decisioni consapevoli, è utile seguire alcuni dei seguenti suggerimenti. Questi consigli saranno utili in qualsiasi contesto in cui ci si trovi a dover prendere una decisione importante. Tra questi vi sono:

Mettere in discussione le informazioni ricevute. Metti sempre in discussione le informazioni che ricevi. Verifica la fonte, e la credibilità, nonché lo scopo dell'informazione. Ci sono prove a sostegno e fondamenti concreti? Ci sono motivazioni o pregiudizi nascosti?

Esplorare diverse prospettive. Prova a esaminare la situazione da diversi punti di vista. La comprensione dei diversi punti di vista ti fornirà una comprensione più completa della questione e ti consentirà di prendere decisioni più equilibrate.

Valutare le prove. Mantieni un atteggiamento scettico nei confronti delle prove e delle argomentazioni presentate. Verifica che siano ben fondate e basate su ricerche o fonti affidabili. Non fare affidamento solo sulle emozioni o sulle convinzioni personali.

Sviluppare la capacità di identificare la manipolazione. Resta vigile davanti alle diverse tecniche di manipolazione, come il ricorso a elementi emotivi, i ragionamenti troppo semplici, il linguaggio persuasivo o le statistiche fuorvianti. Impara a riconoscere queste tecniche e a verificare le informazioni per evitare di cadere nelle trappole della manipolazione.

³ Iterativo: procedimento per cui si arriva al risultato attraverso la ripetizione di una serie di operazioni

Essere aperti al cambiamento. Non esitare a modificare il tuo punto di vista se emergono nuove informazioni o prove. Il pensiero critico richiede adattabilità e disponibilità a rivedere le proprie prospettive sulla base di nuovi fatti.

Acquisire informazioni affidabili. Cerca di utilizzare una serie di fonti di informazione affidabili e rispettabili. Evita di affidarti a un'unica fonte o di cedere alla disinformazione.

Allenare il pensiero logico. Migliora le tue capacità di pensiero logico risolvendo problemi, analizzando argomenti e utilizzando il ragionamento deduttivo. Prendi decisioni basate su argomentazioni logiche e razionali.

In sintesi, applicando le capacità di pensiero critico al tuo processo decisionale, potrai fare scelte più ponderate e informate, in linea con i tuoi valori e obiettivi, e così facendo potrai prendere decisioni obiettive ed efficaci in vari aspetti della tua vita. Il pensiero critico influenza positivamente il processo decisionale promuovendo il ragionamento razionale e logico, l'analisi approfondita di un problema, la valutazione delle opzioni, l'identificazione e la valutazione delle ipotesi, la considerazione delle conseguenze, la promozione della creatività e dell'innovazione, l'infusione di fiducia e responsabilità e la promozione di una mentalità improntata al miglioramento continuo.

Il pensiero critico fornisce un quadro sistematico e logico per il processo decisionale. Migliora l'obiettività, la capacità di risolvere i problemi e di valutare le prove e aiuta a ridurre i pregiudizi, portando in ultima analisi a processi decisionali più informati ed efficaci.

IL PENSIERO CRITICO AIUTA A RISOLVERE I PROBLEMI

Il pensiero critico è un processo iterativo che richiede pratica e miglioramento continuo. Il pensiero critico è un'abilità preziosa che può aiutare ad affrontare i problemi in modo sistematico e logico.

L'uso del pensiero critico per risolvere i problemi implica l'applicazione di capacità di pensiero logico e analitico per identificare, analizzare e affrontare sfide o ostacoli. Si tratta di un approccio sistematico alla risoluzione dei problemi, che pone l'accento sulla valutazione delle prove, sulla considerazione di diverse prospettive e sulla generazione di soluzioni innovative.

La soluzione dei problemi è un processo. Pertanto, per trovare la soluzione giusta è necessario compiere una serie di passi, e ogni passo deve essere eseguito correttamente per rendere efficace l'intero processo. Di seguito è riportato un esempio di processo di problem-solving che utilizza il pensiero critico:

1. Il pensiero critico inizia con l'identificazione e la definizione accurata del problema. Ciò richiede un'attenta osservazione, la raccolta di informazioni e la comprensione del contesto e dei fattori sottostanti che contribuiscono al problema. I pensatori critici si pongono domande stimolanti per ottenere una comprensione completa del problema in questione.
2. Questo tipo di approccio prevede la scomposizione del problema nelle sue componenti e la loro analisi sistematica. Questa fase comporta l'esame delle

cause e degli effetti del problema, l'identificazione di schemi e la valutazione della pertinenza e dell'affidabilità delle informazioni raccolte. I pensatori critici valutano le prove e considerano molteplici prospettive per ottenere una comprensione olistica del problema.

3. Il pensiero critico incoraggia l'individuazione di molteplici soluzioni o approcci alternativi alla soluzione di un problema. Questo processo implica il pensiero creativo, l'esplorazione di diverse possibilità e la considerazione di idee non convenzionali o innovative. I pensatori critici mettono in discussione presupposti e vincoli per ampliare la gamma di soluzioni alternative.
4. Valutare la fattibilità, l'efficacia e le potenziali conseguenze di ogni alternativa è estremamente importante. I pensatori critici soppesano i vantaggi e gli svantaggi di ogni opzione, considerano le risorse e i limiti esistenti e formulano giudizi informati, basati su un ragionamento logico. Selezionano le soluzioni più valide e coerenti con i risultati desiderati.
5. Il pensiero critico comporta lo sviluppo di un piano d'azione per implementare la soluzione scelta. Ciò può includere la suddivisione della soluzione in fasi più piccole, l'assegnazione di responsabilità e la definizione di scadenze. I pensatori critici anticipano anche le potenziali sfide e sviluppano piani di emergenza. L'implementazione della soluzione consente di testarne l'efficacia e di apportare le modifiche necessarie.
6. Una fase del processo di risoluzione dei problemi mediante il pensiero critico prevede la riflessione sul processo di risoluzione dei problemi e la valutazione dei risultati. I pensatori critici valutano i punti di forza e di debolezza del loro approccio, distinguendo tra le lezioni apprese e le aree da migliorare. Questa pratica riflessiva contribuisce all'apprendimento continuo e migliora le capacità di risoluzione dei problemi per le sfide future.
7. Come già menzionato nel contesto delle scelte e delle decisioni, il pensiero critico riconosce che la soluzione dei problemi è spesso un processo iterativo. Se la soluzione adottata inizialmente non produce i risultati desiderati, i pensatori critici rivalutano il problema, raccolgono ulteriori informazioni e cambiano il loro approccio. Sono pronti ad adattare e modificare le loro strategie sulla base di nuove intuizioni o di mutate circostanze.
8. Il pensiero critico può essere potenziato attraverso la collaborazione e la comunicazione efficace. Il coinvolgimento di diversi punti di vista e la ricerca di input da parte di altri possono arricchire gli sforzi di risoluzione dei problemi. I pensatori critici ascoltano attivamente, si impegnano in un dialogo costruttivo e articolano chiaramente i loro ragionamenti e le loro soluzioni per facilitare la comprensione e la collaborazione.

È bene ricordare che ogni problema è diverso, ma l'elenco presentato è applicabile a un'ampia varietà di situazioni.

In poche parole, l'uso del pensiero critico per risolvere i problemi implica l'identificazione del problema, l'analisi, la generazione di soluzioni alternative, la valutazione e la selezione delle soluzioni, l'implementazione e la verifica di queste ultime, la riflessione, il miglioramento delle conoscenze acquisite durante il processo e infine l'impegno nella comunicazione collaborativa. Utilizzando le capacità di pensiero critico, gli individui possono affrontare i problemi in modo sistematico e logico, giungendo a una risoluzione efficace dei problemi e a soluzioni innovative.

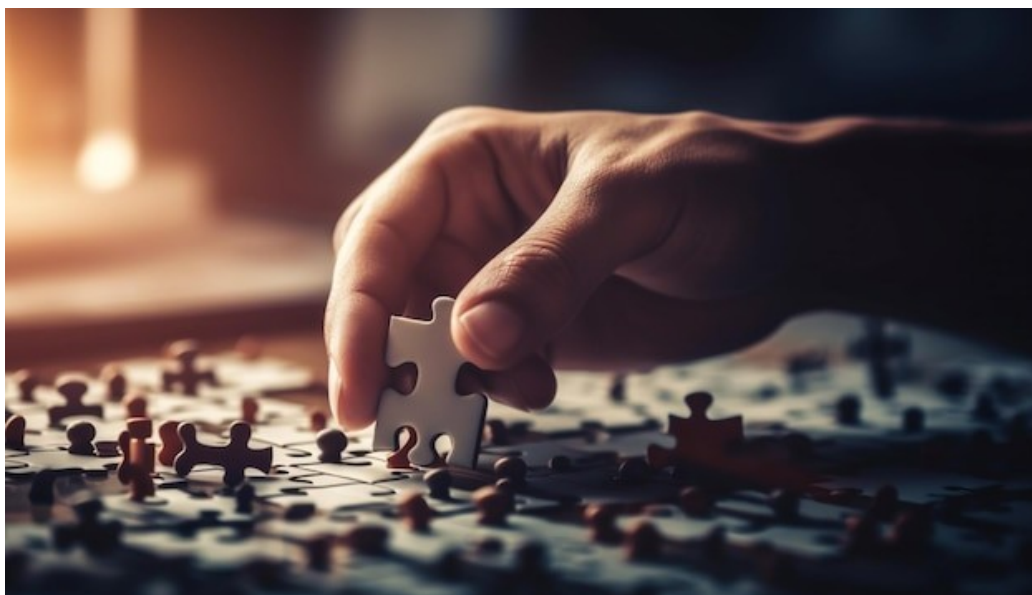


Figura 5 - Fonte: https://www.freepik.com/free-ai-image/teamwork-strategy-lead-business-success-generated-by-ai_42883276.htm#query=solving%20problems&position=0&from_view=search&track=ais

PENSIERO CRITICO E LAVORO DI SQUADRA

Il lavoro di squadra e il pensiero critico sono strettamente legati e si alimentano a vicenda. Entrambi sono estremamente importanti per garantire prestazioni elevate e un funzionamento del gruppo efficace.

Il lavoro di squadra implica la cooperazione e l'interazione tra i membri del team per raggiungere un obiettivo comune. In questo contesto, il pensiero critico si riferisce alla capacità di analizzare, valutare e distinguere, per poi formulare e prendere decisioni razionali sulla base di queste analisi.



Figura 6 - Immagine elaborata da ADES

Il lavoro di squadra contribuisce al miglioramento del pensiero critico in vari modi:

- **Diversità di prospettive.** Quando in un team si riuniscono persone con background, esperienze e aree di competenza diverse, i loro punti di vista unici favoriscono un'analisi più completa dei problemi. Considerando prospettive diverse, i membri del team mettono in discussione le ipotesi, valutano le prove ed esplorano soluzioni alternative, stimolando così il pensiero critico.
- **Risoluzione collaborativa dei problemi.** Il lavoro di squadra spesso implica la collaborazione per risolvere problemi complessi. Attraverso un impegno attivo, i membri del team possono scambiarsi idee, fare brainstorming e impegnarsi in dibattiti sani. Questo processo collaborativo alimenta le capacità di pensiero critico, in quanto gli individui analizzano e valutano diverse opzioni, anticipano le sfide e considerano le conseguenze delle proprie decisioni.
- **Sinergia di idee.** Il lavoro di squadra collaborativo permette ai membri del team di fare affidamento sulle idee degli altri, portando a soluzioni innovative e complete. Sintetizzando le diverse prospettive e facendo leva sui punti di forza individuali, è possibile superare i pregiudizi cognitivi, le limitazioni e i blocchi che ostacolano il pensiero critico.

- **Discussioni cooperative.** Discussioni e riflessioni regolari all'interno di un team offrono l'opportunità di sviluppare il pensiero critico. I membri del team possono rivedere il loro approccio, individuare i punti di forza e di debolezza e considerare strategie alternative per gli sforzi futuri. Attraverso queste sessioni di riflessione, si affinano le capacità di pensiero critico, consentendo agli individui di perfezionare le proprie capacità di risoluzione dei problemi e i processi decisionali.
- **Feedback costruttivo.** Il lavoro di squadra offre un ambiente favorevole per ricevere feedback dai colleghi. Valutare le idee o il lavoro degli altri aiuta ad affinare le capacità di pensiero critico. Il feedback costruttivo incoraggia le persone a mettere in discussione le ipotesi, a rivedere i ragionamenti e a migliorare gli approcci alla risoluzione dei problemi. Incorporare il feedback nel processo di riflessione permette di migliorare le capacità di pensiero critico e di sviluppare una mentalità analitica più forte.
- **Impegno attivo.** L'impegno attivo nel lavoro di gruppo migliora il pensiero critico promuovendo la collaborazione, l'analisi e la valutazione delle idee. Attraverso la partecipazione attiva, i membri del team sono incoraggiati a esprimere le proprie opinioni, a mettere in discussione le ipotesi e a contribuire alle discussioni, stimolando il pensiero critico. Impegnarsi in scambi significativi con i membri del team permette agli individui di valutare diverse prospettive, considerare diverse soluzioni e ponderare i vantaggi delle varie opzioni, favorendo un approccio più completo e ponderato alla risoluzione dei problemi. In definitiva, l'impegno attivo nel lavoro di squadra coltiva un ambiente che incoraggia il pensiero critico e consente agli individui di affinare le proprie capacità analitiche.

Il lavoro di squadra incoraggia l'impegno attivo, la diversità di prospettive, la risoluzione collaborativa dei problemi e il feedback costruttivo, tutti elementi che contribuiscono a migliorare le capacità di pensiero critico. Lavorando insieme, gli individui possono mettere in discussione le proprie ipotesi, considerare diversi punti di vista e sviluppare approcci più solidi ed efficaci alla risoluzione dei problemi.

IL PENSIERO CRITICO AIUTA NELLA GESTIONE FINANZIARIA

Quando applicato alla gestione finanziaria, il pensiero critico consiste nella capacità di analizzare, valutare e interpretare le informazioni finanziarie e di prendere decisioni solide basate su ragionamenti logici e prove. Comporta l'esame dei dati finanziari, la considerazione di vari fattori e la valutazione di potenziali rischi e opportunità prima di formulare giudizi basati su dati certi. Il pensiero critico è una parte importante dell'economia e della finanza; senza il pensiero critico, si rischia di non essere in grado di articolare e dimostrare chiaramente le competenze e le soluzioni necessarie a un'azienda o a un cliente. Il pensiero critico svolge un ruolo significativo nella gestione finanziaria, fornendo alle persone le competenze necessarie per analizzare situazioni finanziarie complesse, prendere decisioni informate e ridurre i rischi.

In che cosa consiste una gestione finanziaria efficace basata sull'utilizzo del pensiero e della visione critica? Ecco alcune delle fasi più importanti di questo processo:

- Analizzare i dati finanziari,
- Valutare le decisioni finanziarie,

- Superare sfide e problemi,
- Considerare prospettive alternative,
- Apprendimento continuo e capacità di adattamento.

Nella gestione finanziaria, i pensatori critici si impegnano in un'attenta analisi dei rendiconti finanziari, dei rapporti e dei dati rilevanti per individuare tendenze, modelli e discrepanze. Essi ricorrono a indici finanziari, benchmark e confronti di settore, per comprendere la salute finanziaria di un'organizzazione, con un'attenzione meticolosa ai dettagli.

Quando prendono decisioni finanziarie, i pensatori critici valutano le potenziali conseguenze e i risultati. Valutano gli impatti a breve e a lungo termine, conducono analisi costi-benefici e considerano i rischi e i vantaggi associati alle varie opzioni, ed attraverso la valutazione critica delle alternative di azione, determinano il risultato più favorevole per l'organizzazione.

Quando si tratta di affrontare problemi e sfide complesse nella gestione finanziaria, i pensatori critici li suddividono in sezioni facilmente gestibili. Raccolgono dati pertinenti, identificano potenziali soluzioni, ne valutano la fattibilità e selezionano strategie efficaci per risolvere i problemi finanziari.

I pensatori critici nella gestione finanziaria apprezzano punti di vista e prospettive diverse, promuovono discussioni aperte e cercano attivamente i contributi delle parti interessate per ottenere una comprensione completa delle questioni finanziarie. Considerando più prospettive, scoprono i rischi potenziali, identificano le opportunità nascoste e per tali ragioni prendono decisioni consapevoli.

Riconoscendo la natura dinamica dei mercati e delle normative finanziarie, i pensatori critici cercano continuamente nuove conoscenze e si tengono aggiornati sulle tendenze del settore, sulle tecnologie emergenti e sulle pratiche finanziarie in evoluzione, così da adattare il proprio pensiero e i processi decisionali per incorporare le nuove informazioni e rispondere efficacemente alle circostanze in evoluzione.

In sintesi, il pensiero critico nella gestione finanziaria consente di analizzare i dati finanziari, di prendere decisioni informate, di gestire i rischi e di comunicare efficacemente. Inoltre, consente ai manager finanziari (ma non solo) di orientarsi in un panorama finanziario complesso e contribuisce al successo finanziario nella loro vita e nelle loro organizzazioni.

IL PENSIERO CRITICO AIUTA A COMUNICARE IN MODO PIÙ EFFICACE

Il pensiero critico svolge un ruolo importante nella comunicazione efficace. Aiuta le persone ad analizzare le informazioni, a valutare le argomentazioni e a prendere decisioni razionali. Applicare il pensiero critico alla comunicazione migliora la chiarezza, la coerenza e l'affidabilità. Il pensiero critico aiuta a migliorare la comunicazione. E una buona comunicazione influenza il pensiero critico.

Tra gli aspetti chiave del pensiero critico che possono contribuire a una comunicazione più efficace vi sono:

- Mettere in discussione le ipotesi

- Valutare le prove
- Riconoscere i pregiudizi
- Esplorare punti di vista alternativi
- Riflettere sulle ipotesi e sulle conclusioni

Il pensiero critico implica la messa in discussione dei propri princìpi. Mettendo in discussione i principi, si possono scoprire i pregiudizi, identificare le contraddizioni logiche e acquisire una comprensione più approfondita dell'argomento. Questo facilita una comunicazione più efficace e aiuta a evitare affermazioni fuorvianti.

Il pensiero critico richiede la valutazione della qualità e della validità delle prove a sostegno di un'affermazione o di un argomento. Quando si comunica, è importante presentare prove affidabili e credibili a sostegno delle proprie tesi. La valutazione critica delle prove aiuta a evitare affermazioni infondate e aumenta la capacità di persuasione del messaggio.

Inoltre, è necessario essere consapevoli dei propri pregiudizi e riconoscerli negli altri. Riconoscendo i pregiudizi, si può puntare all'obiettività e all'onestà nella comunicazione. Questo aiuta a fornire punti di vista equilibrati e a promuovere un dialogo costruttivo evitando conflitti inutili.

In questo modo si incoraggiano le persone a considerare più prospettive e a cercare opinioni diverse. Quando si comunica è importante ascoltare gli altri e comprendere i loro punti di vista: solo considerando prospettive alternative è possibile ampliare la propria comprensione, impegnarsi in discussioni significative e costruire argomentazioni più solide.

Il pensiero critico implica anche la riflessione sulle proprie ipotesi e la verifica della validità delle conclusioni. Dedicare del tempo alla riflessione durante la comunicazione permette di affinare il messaggio, di chiarire eventuali ambiguità e di garantire la coerenza. Inoltre, aiuta a riconoscere potenziali pregiudizi o errori logici che possono influire sull'efficacia della comunicazione.

Il pensiero e la visione critici migliorano la comunicazione, promuovendo il rigore intellettuale, il ragionamento logico e la capacità di valutare e trasmettere le informazioni in modo efficace. Applicando le capacità di pensiero critico, gli individui possono diventare comunicatori più articolati, persuasivi e aperti.

Il pensiero critico pone l'accento su una comunicazione chiara e precisa. Organizzando i pensieri, costruendo logicamente le argomentazioni e utilizzando un linguaggio appropriato, è possibile comunicare efficacemente il proprio messaggio. La chiarezza in una comunicazione aiuta a evitare malintesi e aumenta l'impatto di ciò che viene comunicato. Il pensiero critico e una forte capacità di comunicazione migliorano la capacità di risolvere i problemi, e queste abilità consentono di concentrarsi sull'obiettivo e di pensare in modo razionale.

2.4. CAMBIARE IDEA QUANDO SI RACCOLGONO NUOVE EVIDENZE, ADOTTANDO UNO SGUARDO CRITICO.

Nell'era delle informazioni a portata di click e a diffusione rapida, la capacità di essere critici sta diventando sempre più importante. Quando si incontrano nuove notizie, è necessario adattare la propria opinione e il proprio atteggiamento per tener conto delle nuove informazioni. È impossibile essere costantemente parziali, perché questo distorce la corretta percezione della realtà. Il pensiero critico è un processo che consente di analizzare e valutare le informazioni in modo oggettivo e razionale. È quindi un'abilità essenziale per analizzare ciò che si vede (ad esempio, online), per trarre conclusioni razionali e per essere cauti nel formulare giudizi se le prove disponibili in un determinato contesto non sono sufficienti.

Il pensiero critico richiede flessibilità e disponibilità a modificare le proprie convinzioni alla luce di nuove prove. Ci sono diversi passi da compiere:

- **Familiarizzazione con nuove prove (lettura, visione, ecc.).** Si tratta di esaminare attentamente le nuove prove e di valutarne l'impatto sulle proprie convinzioni attuali. Cerca di capire il contesto, la credibilità e le implicazioni delle informazioni che ti vengono presentate.
- **Analisi della prova specifica.** Occorre dare molta importanza alla valutazione della credibilità e della forza delle prove. Cerca di determinare se sono ben supportate da fonti credibili e se contraddicono altri fatti o prove accertate.
- **Rivalutazione delle convinzioni.** Sulla base delle nuove prove, rivedi le tue convinzioni precedenti e valuta se devono essere modificate. Valuta se le nuove prove sono sufficientemente convincenti da giustificare un cambiamento di prospettiva. Esamina le alternative possibili.
- **Considerazione attenta e approfondita.** È estremamente importante prendere in considerazione tutte le informazioni disponibili e considerare diversi punti di vista. Essere consapevoli dei potenziali difetti o limiti delle nuove prove. Ricorda che il pensiero critico richiede la valutazione di spiegazioni alternative e di eventuali errori di valutazione.
- **Aggiornare la propria opinione sulla base di tutte le prove e le informazioni disponibili:** Infine, se le nuove prove sono convincenti e credibili e l'analisi porta alla conclusione che un eventuale cambiamento è giustificato, sii pronto a cambiare il tuo punto di vista. Non esitare ad aggiornare le tue convinzioni sulla base delle nuove prove e informazioni disponibili.

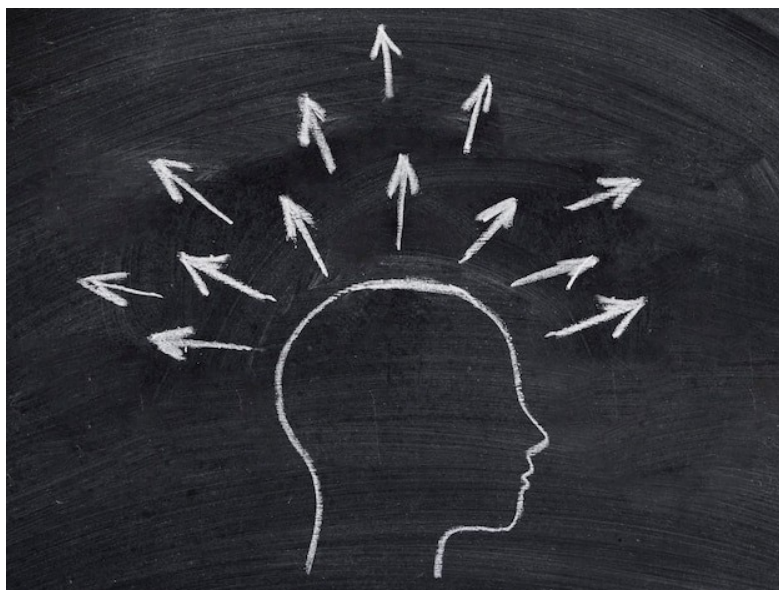


Figura 7 - Fonte: https://www.freepik.com/free-photo/chalkboard-drawing-head-arrows_5957155.htm#query=critical%20thinking&position=19&from_view=search&track=ais

Cambiare idea quando vengono presentate nuove prove è un aspetto fondamentale del pensiero critico. I pensatori critici sono consapevoli che le loro convinzioni e opinioni dovrebbero basarsi su prove, logica e analisi, piuttosto che rimanere ostinatamente legate a nozioni preconcepite.

Quando emergono nuove prove, i pensatori critici sono aperti a rivalutare le loro prospettive. Essi valutano attentamente la credibilità, l'affidabilità e la rilevanza delle nuove informazioni, e valutano se le prove mettono in discussione o supportano le loro convinzioni e opinioni in merito.

I pensatori critici danno priorità alla ricerca della verità e dell'accuratezza rispetto ai pregiudizi personali o agli attaccamenti emotivi alle loro precedenti opinioni. Sono disposti ad ammettere di essersi sbagliati, o di non aver raccolto informazioni sufficienti, in quanto apprezzano l'integrità intellettuale e la crescita.

Cambiare idea sulla base di nuove prove non è visto come una debolezza, ma come un punto di forza del pensiero critico. Dimostra flessibilità intellettuale, impegno nel ragionamento basato sull'evidenza e volontà di affinare la propria comprensione di un argomento. Essendo aperti a cambiare idea, i pensatori critici affinano continuamente le loro conoscenze, prendono decisioni più informate e promuovono la crescita intellettuale.

Tra gli aspetti positivi del cambiare idea sulla base di nuove prove, possiamo annoverare lo **sviluppo intellettuale**, una maggiore **razionalità** e **obiettività**, l'**adattabilità** e un migliore **processo decisionale**.

Nonostante tutti questi vantaggi, ci possono essere degli aspetti potenzialmente negativi associati al fatto di cambiare idea troppo spesso o di cambiare idea senza prove sufficienti. Questi aspetti negativi includono principalmente l'**incoerenza**, la

mancanza di convinzione, il cosiddetto **bias di conferma** (la tendenza a cercare e preferire le informazioni che supportano le nostre convinzioni preesistenti) e la **pressione sociale**.

In sintesi, cambiare idea quando vengono presentate nuove prove è un aspetto complessivamente positivo del pensiero critico, poiché promuove lo sviluppo intellettuale, la razionalità e l'adattabilità.

Tuttavia, è importante affrontare le nuove evidenze con un atteggiamento equilibrato, valutarle in modo critico ed evitare di soccombere a bias di conferma o a un rifiuto ingiustificato. Il pensiero critico è una delle tante soft skills che i membri di un team, i manager e i dipendenti efficaci possiedono. È utile ogni giorno e permette di guardare in modo diverso rispetto agli altri gli aspetti più disparati che possono essere sottoposti ad un'analisi personale.

3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE

Qui di seguito vengono proposte ulteriori risorse che possono essere utilizzate per approfondire le conoscenze relative al Modulo:

- 11 benefici del pensiero critico che possono migliorare rapidamente la vostra vita - <https://www.magneticmemorymethod.com/benefits-of-critical-thinking/>
- Pensiero critico - Il pensiero critico nella comunicazione - <https://youtu.be/mnbYd3eexdQ>
- Pensiero critico ed educazione degli adulti: Un modello concettuale per lo sviluppo del pensiero critico negli studenti adulti - https://www.researchgate.net/publication/240528387_Critical_thinking_and_adult_education_A_conceptual_model_for_developing_critical_thinking_in_adult_learners
- Abilità di pensiero critico - <https://www.skillsyouneed.com/learn/critical-thinking.html>
- Visione critica - https://www.researchgate.net/publication/306080494_Critical_Viewing
- Perché il pensiero critico è importante? Una guida alla sopravvivenza - <https://www.uopeople.edu/blog/why-is-critical-thinking-important/>
- Perché dovremmo imparare il pensiero critico? - <https://youtu.be/Bo2Up1-rlls>

4. BIBLIOGRAFIA

1. Choudhuri, Aveek Pal. (n.d.). "Why Communication and Critical Thinking are the Most Essential 21st Century Skills". Available at: <https://www.thehighereducationreview.com/news/why-communication-and-critical-thinking-are-the-most-essential-21st-century-skills-nid-1349.html>
2. Doyle, Alison. (2022). "Critical Thinking Definition, Skills, and Examples". Available at: <https://www.thoughtco.com/critical-thinking-definition-with-examples-2063745>
3. Facione, Peter. (2015). "Critical Thinking: What It Is and Why It Counts". Available at: https://www.researchgate.net/publication/251303244_Critical_Thinking_What_It_Is_and_Why_It_Counts
4. Maria. (n.d.). "Concept Of Critical Thinking". Available at: <https://learnfromblogs.com/concept-of-critical-thinking>
5. Nikolopoulou, Kassiani. (2022). "What Is Confirmation Bias? | Definition & Examples". Available at: <https://www.scribbr.com/research-bias/confirmation-bias/>
6. Novak, David R. (2020). "Critical Thinking & Communication". Available at: <https://communicate.substack.com/p/critical-thinking-and-communication>
7. Performance Management Consultants. (n.d.). "What is critical thinking and why is it valuable in the workplace?". Available at: <https://pmctraining.com/site/resources-2/what-is-critical-thinking-and-why-is-it-valuable-in-the-workplace/>
8. Ryan, Eoghan. (2022). "What Is Critical Thinking? | Definition & Examples". Available at: <https://www.scribbr.com/working-with-sources/critical-thinking/>
9. Singh, Manpreet. (2021). "8 Characteristics Of Critical Thinking". Available at: <https://numberdyslexia.com/8-characteristics-of-critical-thinking/>
10. Skills You Need. (n.d.). "Critical Thinking Skills". Available at: <https://www.skillsyouneed.com/learn/critical-thinking.html>
11. The Black Sheep Institute. (2023). "9 Benefits of Critical Thinking Explained". Available at: <https://www.theblacksheep.community/benefits-of-critical-thinking/>
12. U.S. Department of Labor. (n.d.). "Problem Solving and Critical Thinking". Available at: <https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/odep/topics/youth/softskills/problem.pdf>



MODULO 3: Pensiero Critico – Come migliorare le tue competenze

1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

1.1. OBIETTIVO DEL MODULO

L'obiettivo di questo Modulo è quello di motivare gli studenti a potenziare le proprie competenze e ad aumentare le capacità di pensiero critico, in modo da poter comprendere e interpretare al meglio le informazioni che ricevono.

L'esigenza di questo sviluppo individuale nasce dalla diffusione crescente di fenomeni come la disinformazione e le fake news, che hanno il fine di ingannare il pubblico. La circolazione di informazioni fuorvianti ha un impatto negativo sull'opinione pubblica e può rappresentare una minaccia per la società e per i principi democratici. Sebbene questi tipi di narrazione continuino ad essere distribuiti su diversi media, come la televisione, i social media e Internet (in generale), è importante che le persone che utilizzano queste piattaforme siano in grado di discernere se le informazioni con cui vengono in contatto siano vere o meno. Questa capacità richiede di comprendere e di pensare in modo critico, di mettere in discussione le affermazioni che ci vengono proposte e di avere le capacità di individuare i dati corretti, senza diffondere notizie scorrette.

Pensare in modo critico è una competenza particolarmente rilevante nel contesto attuale, in cui assistiamo a un'evoluzione ampia e frenetica delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, in cui possiamo essere ogni giorno esposti a queste e altre narrazioni. Pertanto, l'obiettivo di questo Modulo è trasmettere strategie utili per acquisire queste capacità. Il Modulo fornisce contenuti di apprendimento e attività pratiche utili per una comprensione più efficace.

1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Al termine di questo Modulo, lo studente sarà in grado di:

- identificare il proprio livello di pensiero critico,
- riconoscere le proprie esigenze di sviluppo personale,
- riconoscere la propria capacità di mettere in discussione le affermazioni ricevute,
- interpretare le informazioni in modo critico,
- accedere, raccogliere e comprendere le strategie e le tecniche rilevanti per migliorare sé stesso e gli altri.

2. ESERCIZIO DI AUTOVALUTAZIONE: SEI UN PENSATORE CRITICO?

Facendo seguito al precedente Modulo, che fornisce una visione chiara dei principi del pensiero critico, proponiamo qui un breve esercizio di autovalutazione che permette di

avere un'idea del proprio livello su alcune competenze legate al pensiero critico. L'esercizio è un adattamento di un noto test di valutazione delle competenze - il Watson-Glaser Critical Thinking Appraisal. Questa versione è composta da una serie di 5 domande logiche, con differenti tipologie di risposta. Ogni domanda corrisponde a una competenza relativa al pensiero critico. L'obiettivo è di rispondere e, alla fine, riflettere sulle competenze che si sono appena utilizzate nel processo.¹

Domanda #1 | Inferenza

Partendo da un brano, viene proposta un'interpretazione. Entrambi sono stati trascritti di seguito. Esponi il tuo pensiero sulla veridicità dell'interpretazione sulla base di quello che afferma il brano.

Passaggio: 50 persone sono state convocate per un posto di lavoro vacante. Durante gli incontri con gli intervistatori, il volontariato è stato l'elemento più discusso, perché le aziende oggi lo considerano di grande importanza per assegnare qualsiasi posizione.

Interpretazione proposta: L'azienda non ha trovato il candidato giusto perché tutti gli intervistati hanno esperienza di volontariato.

Vero

Probabilmente
Vero

Informazioni insufficienti

Probabilmente
Falso

Falso

Domanda #2 | Individuazione dei presupposti

L'obiettivo qui è quello di verificare se l'ipotesi proposta può essere presupposta a partire dalla seguente affermazione.

Affermazione: La mancanza di alcuni generi alimentari nel supermercato sottintende che non sono arrivati al negozio.

Ipotesi proposta: Le circostanze imprevedibili possono condizionare la fornitura di merci ai negozi al dettaglio.

Ipotesi formulata

Ipotesi non formulata

Domanda #3 | Deduzione

L'obiettivo dell'esercizio è controllare se la possibile conclusione presentata consegue alla affermazione che segue.

Affermazione: La maggior parte delle persone che tentano di inserirsi nel mercato del lavoro cercano offerte di lavoro legate agli ambiti della propria formazione. Tuttavia, è importante che le persone cerchino anche le aree di loro interesse.

Possibile conclusione: Alcune persone cercano le offerte di lavoro nelle aree di loro interesse.

Segue conclusione

Non segue conclusione

Domanda #4 | Interpretazione

Verificare se la possibile conclusione segue o non segue la premessa. Se la conclusione segue la premessa, selezionare "Assumption made". Se la conclusione non segue la premessa, selezionare "Assumption not made".

Affermazione: John è la persona più poliglotta della sua città, parla 10 lingue straniere tra cui rumeno, polacco, greco, turco, spagnolo, italiano e portoghese.

Possibile conclusione: Se John incontrasse una persona spagnola, sarebbe in grado di conversare con lei.

Assumption made

Assumption not made

Assumption made

Assumption not made

Segue conclusione

Non segue conclusione

Domanda #5 | Valutazione delle argomentazioni

In relazione alla seguente domanda, valutare se l'argomento è forte o debole, considerando che l'argomento deve essere considerato vero. Da notare che un'argomentazione forte è quella definita come rilevante e importante.

Domanda: Le compagnie aeree dovrebbero concedere uno sconto sui biglietti aerei acquistati all'ultimo minuto?

Argomento: Sì. In quanto può motivare le persone ad acquistare un biglietto, a riempire l'aereo e ad evitare un maggiore inquinamento atmosferico dovuto al funzionamento dell'aereo.

Argomento forte
argument

Argomento debole

3. CONTENUTI DIDATTICI

Il presente capitolo intende offrire una serie di risorse, di materiali, di informazioni e il contesto teorico necessario per sviluppare e migliorare le capacità di pensiero critico.

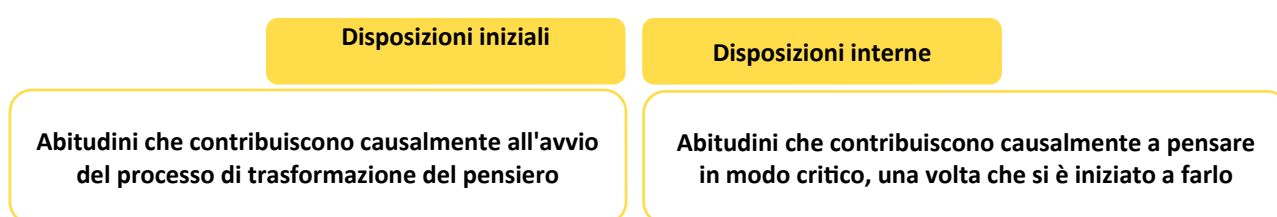
Come abbiamo visto nei moduli precedenti e in questo manuale, il pensiero critico è uno strumento di grande rilevanza in diverse situazioni della vita quotidiana. Disporre di abilità come il problem-solving, le competenze di analisi o la creatività e avere il know-how per usarle e applicarle quando riteniamo sia opportuno, può avere un impatto sul modo in cui ci informiamo, sui nostri atteggiamenti quando partecipiamo alla vita sociale e sul nostro percorso di apprendimento permanente.

3.1 CARATTERISTICHE PER LO SVILUPPO DELLE CAPACITÀ DI PENSIERO CRITICO

In questa sezione, introducendo il tema di come è possibile migliorare le capacità di pensiero critico, intendiamo fornire una panoramica degli strumenti intellettuali che possono aiutare in questo processo.

Si tratta di ciò che i ricercatori dell'educazione definiscono come “disposizioni”. In quanto predisposizioni mentali, contribuiscono a migliorare le capacità di pensiero, stabilendo la disponibilità e il grado di apertura all'avvio o allo sviluppo del sistema di pensiero critico². È chiaramente importante essere dotati di queste inclinazioni per il processo di apprendimento del pensiero critico, ma si può anche dedicare del tempo a sviluppare il proprio pensiero su questo argomento.

Esistono due tipi di disposizione mentale ²:



Benché entrambi questi tipi di disposizione possano aiutare in qualsiasi fase del pensiero critico, alcuni autori identificano alcuni elementi cruciali per il processo.

Figura 5 - Immagine adattata e elaborata da E&D a partire dai contenuti di David Hitchcock (2018)



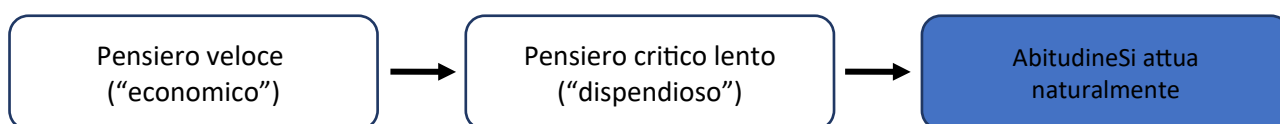
Lo sviluppo di una mentalità preparatoria al processo di pensiero critico implica anche la comprensione delle differenze tra il tipo di pensiero che vogliamo ottenere e il proprio stato di processo di pensiero. Le capacità di pensiero critico comportano, secondo la logica dell'E-Book MCRE il collegamento dei punti³:

- la conoscenza derivata dall'esperienza: significa sviluppare e adattare le nostre convinzioni e i nostri punti di vista in base all'assimilazione di prove reali basate su ciò che sperimentiamo.
- il pensiero astratto: mettere insieme il puzzle di diversi scenari e possibilità, dove si verifica la realtà concreta dei fatti.

Dal punto di vista della teoria necessaria a comprendere il modo in cui tali competenze possono essere migliorate, questo Modulo configura questo percorso di acquisizione di competenze come una gerarchia di apprendimento, in cui si dovrebbe apprendere una gamma di competenze di base prima di formarsi su competenze più avanzate o elevate. Il modello proposto³ presuppone che questo sviluppo sia un processo che può essere integrato e alla fine diventare parte delle nostre routine di pensiero, senza dover avviare l'intero processo quando si svolgono alcune attività che lo richiedono, come ad esempio auto-chiarire se una notizia è una "fake news" o una disinformazione.

Il Pensiero Critico è "il processo intellettualmente disciplinato di concettualizzare, applicare, analizzare, sintetizzare e/o valutare attivamente e abilmente le informazioni raccolte o generate dall'osservazione, dall'esperienza, dalla riflessione, dal ragionamento o dalla comunicazione, come guida alla riflessione e all'azione".
– Robert Ennis, 2015⁴

List afferma che **il miglioramento delle competenze, e in particolare delle capacità di pensiero critico, non deriva dalla mancanza di qualche risorsa o di qualcosa, ma dal desiderio di sviluppare noi stessi come individui, e nei numerosi contesti della nostra vita, come la società, il lavoro, la scuola e altri ancora.**



Come tendenza umana, la mente applica un approccio di "pensiero veloce" quando incontra informazioni, osservazioni o esperienze, perché il processo di pensiero richiede meno tempo, rendendo questa soluzione mentalmente più "economica", rispetto ad altri modi di pensare, in cui è necessario spendere più impegno e tempo. Il

problema sta nel fatto che quando si attiva questo tipo di pensiero troppo diretto e poco attento, all'interno del nostro processo decisionale si verificano degli errori sistematici, chiamati **bias cognitivi**, che portano a sviluppare ragionamenti errati e ad applicarli in modo scorretto.⁵

Pertanto, anche se lo sviluppo di una mentalità di pensiero critico può essere un processo più lento, più "dispendioso" in termini di tempo e di sforzi applicati, si tratta di una soluzione per integrare una prospettiva riflessiva e critica nel nostro modo di pensare, che in ultima analisi ridurrà i "costi" del pensare in modo critico.

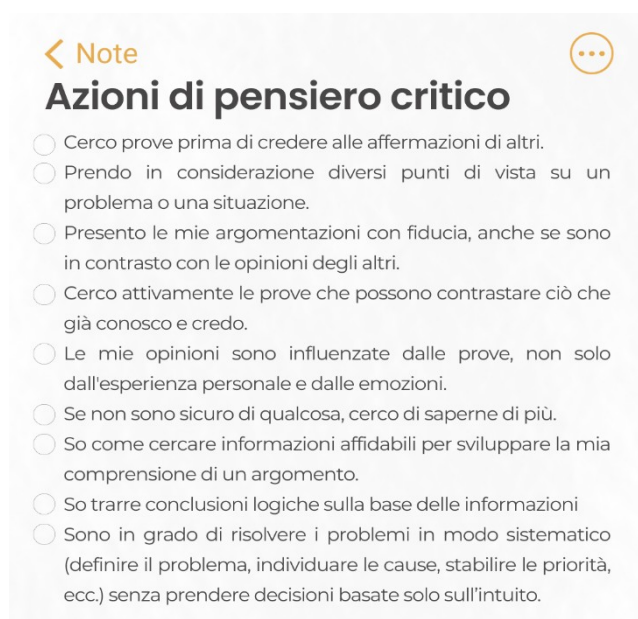


Figura 2: Immagine adattata e elaborata da E&D a partire da contenuti dell'Università di Manchester

In tale ottica, vogliamo offrire un primo punto di partenza per stabilire ciò che ci si può aspettare di aver appreso alla fine dell'E-Book MCRE, per quanto riguarda gli atteggiamenti, i comportamenti e le competenze proprie di un approccio al pensiero critico.

Le precedenti affermazioni⁶, evidenziano la capacità di pensiero critico. Sebbene il loro obiettivo sia quello di offrire un punto di partenza per lo sviluppo delle competenze, è possibile utilizzarle come esercizio di autovalutazione per comprendere la prospettiva

sulle azioni descritte, nonché la frequenza con cui vengono utilizzate, nel corso dell'E-Book.

Dopo aver letto e interpretato le affermazioni proposte, questo Modulo presenta un articolo di cronaca che tratta una dichiarazione dell'ex Presidente degli Stati Uniti Donald Trump per l'emittente NBC NEWS del 2020. Lo scopo è quello di interpretare e destrutturare il brano (a partire dal titolo, dal sottotitolo e dal corpo del testo presentato), tenendo conto esclusivamente delle affermazioni fornite nell'ambito dell'immagine utilizzando le capacità di pensiero critico.

< Note

Azioni di pensiero critico

- ☐ Cerco prove prima di credere alle affermazioni di altri.
- ☐ Prendo in considerazione diversi punti di vista su un problema o una situazione.
- ☐ Presento le mie argomentazioni con fiducia, anche se sono in contrasto con le opinioni degli altri.
- ☐ Cerco attivamente le prove che possono contrastare ciò che già conosco e credo.
- ☐ Le mie opinioni sono influenzate dalle prove, non solo dall'esperienza personale e dalle emozioni.
- ☐ Se non sono sicuro di qualcosa, cerco di saperne di più.
- ☐ So come cercare informazioni affidabili per sviluppare la mia comprensione di un argomento.
- ☐ So trarre conclusioni logiche sulla base delle informazioni
- ☐ Sono in grado di risolvere i problemi in modo sistematico (definire il problema, individuare le cause, stabilire le priorità, ecc.) senza prendere decisioni basate solo sull'istinto.

NBC NEWS

CORONAVIRUS Dartunorro Clark | 24.04.2020

Trump suggests 'injection' of disinfectant to beat coronavirus and 'clean' the lungs

A Homeland Security official, under questioning from reporters, later said federal laboratories are not considering such a treatment option

Figura 6 - Immagine elaborata da E&D a partire dall'articolo di cronaca citato.

Da questo esercizio, si possono ricavare alcuni elementi che riguardano il processo di pensiero critico e interlocutorio:

- Cercare riscontri prima di credere alle affermazioni: considerare i danni/pericoli effettivi determinati dal contatto dei prodotti chimici con il nostro organismo. È fondamentale effettuare una ricerca sull'argomento prima di credere in affermazioni che possono portare ad azioni pericolose.
- Prendere in considerazione soluzioni e prospettive diverse: individuare metodi di protezione accertati contro la malattia e considerare ciò che gli esperti hanno dichiarato in merito alla situazione.
- Trarre conclusioni basate sulle informazioni raccolte: con una ricerca approfondita di fatti e prove e una ricerca su più fonti, trarre conclusioni chiare sulla veridicità delle informazioni.

A questo punto, possiamo supporre che il pensiero veloce comporta errori nel processo di pensiero, dovuti a difetti che non consentono alla mente di valutare in modo ponderato e critico tutti gli aspetti o le alternative di una soluzione o di un problema, causando quindi errori nelle nostre affermazioni.

Come menzionato nel corso del Modulo, imparare a migliorare le capacità di pensiero critico non è un processo lineare con risultati immediati, ma piuttosto integra abitudini utili e chiare che possono indurci a riflettere in modo diverso su idee e convinzioni che assumiamo come vere o anche su informazioni a cui siamo esposti quotidianamente, con lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

Questo processo di apprendimento non è limitato al miglioramento delle capacità di pensiero critico, in quanto può essere sviluppato in diversi modi, soprattutto in base alla persona di riferimento – lo studente. Alcuni autori propongono spiegazioni che seguono una gerarchia delle capacità di pensiero, a partire dalla quale si possono implementare strategie di apprendimento. In questo senso, si dimostra che le abilità sono associate in un ordine gerarchico, in cui l'apprendimento di abilità di pensiero di ordine basso è necessario per avanzare verso quelle più elevate, fino a raggiungere un insieme completo di abilità di pensiero critico.

Un riferimento importante in questo senso è la Tassonomia di Bloom⁷, un riferimento per l'apprendimento basato su obiettivi educativi chiari e su una categorizzazione del pensiero secondo l'ordine delle competenze.

Tassonomia di Bloom



Figura 4 – Immagine adattata e elaborata da E&D sulla base dei contenuti del Centro per l'Insegnamento della Vanderbilt University

Tassonomia di Bloom è utile per definire gli obiettivi di apprendimento e gli esercizi di

pratica secondo un ordine logico, in modo da potersi avvalere di competenze di ordine superiore con una base di abilità di supporto. Come si può vedere dalla rappresentazione nella Figura 4, per ogni abilità, sono associati diversi verbi che corrispondono ad azioni che possono essere sviluppate o eseguite per migliorare il proprio livello di competenza. Basandosi sui verbi, è possibile sviluppare attività che si concentrano su un determinato input (come un pezzo di cronaca, un testo o un video), creando compiti per questo scopo¹⁴.

A titolo di esempio, supponiamo che per analizzare la rapida diffusione delle fake news negli ultimi anni in Europa, lo studente deve essere in grado di comprendere diversi elementi del tema, come i mezzi di diffusione, l'impatto degli eventi sociali, politici o economici, o anche lo stato di consapevolezza della popolazione europea nei confronti dell'argomento.

Per l'educatore, la tassonomia costituirà un quadro di riferimento che aiuta a sviluppare gli esercizi, a valutare gli studenti in base al livello di consapevolezza e a stabilire uno scambio reciproco di conoscenze e di consapevolezza delle capacità di pensiero critico che sia l'insegnante che l'educatore possono comprendere e utilizzare. In quanto tali, gli esercizi che prevedono un'integrazione completa dell'ordine delle competenze (attraverso le azioni di categorizzazione) aiutano a migliorare le capacità di pensiero critico e di interrogazione.^{7,8}

Esempio di esercizio

Per gli educatori: Lo sviluppo di un esercizio basato su compiti può essere utile per insegnare il pensiero critico, utilizzando un approccio integrato in modo da portare gli studenti a raggiungere un determinato risultato. I compiti progettati devono seguire la logica dei passi per il raggiungimento dell'obiettivo, in base ai verbi indicati dalla tassonomia di Bloom.

Per studenti ed educatori: un esempio

1. Le cause e le possibili soluzioni del dilagare delle fake news negli ultimi anni.
 - Elencare le cause della recente diffusione delle fake news, in base a ciò che già si conosce;
 - Spiegare le cause del fenomeno;
 - Interpretare e collegare il fenomeno ad altri eventi della società europea e globale;
 - Analizzare ciò che è a disposizione per agire sul problema;
 - Fornire raccomandazioni sulle possibili soluzioni per contrastare la rapida diffusione delle fake news.
2. I pro e i contro della formazione a distanza online.
 - Identificare e classificare gli argomenti sulla base dei pro e contro dell'attuazione dell'apprendimento a distanza online;
 - Confrontare le opinioni e le argomentazioni;
 - Sulla base delle argomentazioni fornite, difendere il proprio punto di vista;
 - Discutere con gli altri le proprie opinioni e motivarle.

Da un altro punto di vista, è anche importante integrare lo sviluppo del pensiero critico nella consapevolezza del proprio pensiero da parte dell'allievo. Per questo, alcuni autori⁹ utilizzano il modello THINK per assistere gli studenti durante il loro percorso di miglioramento.

Seguendo i prossimi passi, è possibile essere consapevoli di una serie di abilità e atteggiamenti che fanno parte dell'approccio al pensiero critico, quando si osserva ciò che ci circonda, si interpreta ciò che dicono gli altri o si percepiscono le informazioni a cui siamo esposti.



Figura 5 – Immagine adattata e elaborata da E&D a partire da Rubenfeld and Scheffer (1999)

3.2 PRINCIPI DI APPRENDIMENTO DEL PENSIERO CRITICO

La transizione del pensiero critico è un potente impulso che possiamo integrare nelle nostre abitudini e nei nostri processi di pensiero, per facilitare il raggiungimento di conclusioni logiche basate su fatti e prove, e sulla nostra esperienza. Diversi studi sostengono che lo sviluppo (ulteriore) delle capacità di pensiero critico dovrebbe far parte dei programmi educativi, per preparare gli studenti di tutte le età ad affrontare le nuove sfide della società attuale, caratterizzata dal rapido sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione e quindi dalla quantità di informazioni che riceviamo.

Il pensiero critico richiede che gli studenti percepiscano sé stessi come individui autonomi, in modo tale che la promozione delle competenze possa essere integrata come un'abitudine indipendente. Perché ciò si verifichi, è necessario creare delle condizioni di apprendimento speciali¹⁰ che consentano agli studenti di intraprendere il proprio percorso, come ad esempio:

- la disponibilità a un **approccio mentale aperto**, per ricevere e sviluppare le conoscenze;
- un **senso di autonomia** in un ambiente rispettoso e sensibile ai punti di vista altrui;
- stimolare gli studenti in un contesto sicuro in cui si sentano liberi di prendere l'**iniziativa** e di fare domande attive, di impegnarsi e di rischiare, andando oltre la semplice ricezione e trasmissione di informazioni;
- tempo, supporto e guida adeguati alla **necessità di riflessione** e approfondimento;
- il supporto di un insegnante/**facilitatore** che aiuti i partecipanti nel processo;
- creare un ambiente di apprendimento **cooperativo e privo di stress**, in cui le idee possano essere sperimentate e messe in pratica, così come le ipotesi alternative e le procedure di risoluzione dei problemi e di decisione;
- **promuovere discussioni stimolanti** - il rapporto tra dialogo e domande/pensiero, poiché l'impatto che una domanda può avere sul pensiero e sull'apprendimento di un allievo è estremamente positivo;
- concentrarsi sul "potere educativo del dialogo razionale incentrato su domande significative in un'atmosfera di sostegno reciproco e di cooperazione" (Paul, 1984)¹⁰;
- enfatizzare l'apprendimento attraverso **domande cognitive di livello superiore** che riconducono al processo di pensiero per ottenere una risposta, invece di domande sui fatti;
- disporre di un facilitatore/educatore che dimostri attivamente **comportamenti**

“Le persone saranno più preparate a pensare in autonomia se prima imparano ad utilizzare il processo di pensiero critico, attraverso la pratica guidata” - Wales, Nardi, & Stager, 1993⁹

metacognitivi legati all'autoconsapevolezza della conoscenza e del pensiero, come la pianificazione della condivisione, la descrizione di obiettivi e traguardi, la presentazione dello scopo delle proprie azioni;

- o **avere uno spirito critico!** Questo è possibile attraverso:
 - ✓ l'adozione e l'utilizzo di capacità di pensiero critico nell'esplorazione di argomenti e situazioni psicologiche;
 - ✓ la riflessione critica sul proprio processo di pensiero, per capire in che modo potrebbe essere migliorato;
 - ✓ la disponibilità a intraprendere azioni conseguenti al processo critico.

I **12 principi del pensiero critico per gli studenti adulti**¹⁰ sono riferimenti importanti per promuovere il miglioramento delle capacità di pensiero critico nei contesti di apprendimento, motivando sia lo studente che l'educatore a incrementare le conoscenze e la consapevolezza sull'argomento.

1. Per migliorare il pensiero critico, l'ambiente di apprendimento deve offrire agli adulti l'opportunità di considerare diversi punti di vista contrastanti, che comprendano sia i punti di forza che le debolezze.
2. Le occasioni per riflettere, discutere e valutare le convinzioni e le azioni degli altri e le proprie favoriscono il pensiero critico.
3. È importante valutare un ampio spettro di alternative quando si prendono decisioni.
4. L'ambiente di apprendimento deve incoraggiare gli studenti (adulti) a porsi domande etiche sulle proprie azioni e sulle loro conseguenze, su sé stessi e sugli altri.
5. La domanda collaborativa tra tutti i partecipanti, soprattutto nella relazione studente-educatore, deve essere parte attiva del clima dell'ambiente di apprendimento.
6. Il contesto di apprendimento deve essere caratterizzato da domande analitiche, in cui è necessario ragionare.
7. Il pensiero critico è particolarmente agevolato quando gli studenti sono motivati e si impegnano in dialoghi esplorativi con sé stessi e con gli altri, dove forniscono input, presentano ed esplorano idee attraverso il pensiero riflessivo.
8. Le occasioni per identificare, esaminare e mettere in discussione le ipotesi giocano un ruolo importante nell'incrementare il pensiero e lo spirito critico.
9. Effettuare inferenze, interpretazioni e conclusioni basate sull'osservazione e sulle informazioni dovrebbe essere un elemento del contesto di apprendimento, dove queste opportunità dovrebbero essere offerte agli studenti.
10. La discussione di opinioni, pensieri o azioni contraddittori favorisce l'approccio critico.
11. Gli studenti devono avere l'opportunità di identificare le implicazioni delle azioni.
12. Le generalizzazioni devono essere messe in discussione negli ambienti di apprendimento, per promuovere una prospettiva di interrogazione (Jones, 1989).¹⁰.

3.3 METODI E PRASSI

In questa sezione proponiamo strategie che possono essere utilizzate dagli educatori o dagli stessi studenti per favorire lo sviluppo delle capacità di pensiero critico. Gli

autori¹⁰ suggeriscono anche che questi metodi e strumenti possono essere utilizzati in diversi contesti di apprendimento, come l'apprendimento a distanza o misto, non solo in ambienti regolari/tradizionali.

3.4.1 Analisi critica

Questa strategia prevede che un singolo studente, o piccoli gruppi in caso di più partecipanti, ponga domande, analizzi ed elabori critiche sul materiale proposto, per esempio notizie di radio e stampa, relative a un argomento specifico.

Esempio:

Soggetto

Analizzare le problematiche politiche della società

Attività

Leggere e criticare articoli di giornali e fonti online affidabili riguardanti eventi sociali attuali

Domande da porre

Quali sono le esigenze della nostra società e delle comunità locali?
Quali partiti possono rappresentare al meglio la nostra società e le sue esigenze?
Quali sono i problemi che vengono attualmente affrontati? Da chi?
Come possiamo, come collettività, conferire importanza a determinati argomenti?

3.4.2 Gruppi di discussione

Vengono formate due squadre contrapposte e gli studenti sono assegnati alle squadre. Una delle squadre sostiene e difende un argomento specifico o una posizione nei suoi confronti, mentre l'altra si oppone. Dopo una presentazione introduttiva generale da parte del facilitatore della sessione, i membri della squadra presentano prove e argomentazioni logiche in difesa della posizione della rispettiva squadra. La strategia ha un impatto maggiore se la posizione sostenuta da uno studente è diversa dalla propria.

Esempio:

Soggetto

Social media come fonte di informazione

Posizione difesa

Elevate capacità di condivisione che conduce ad un ampio accesso alle notizie.

Approcci collaborativi e creativi.

Posizione opposta

Alto rischio di disinformazione e di diffusione di fake news.

Minor utilizzo dei media tradizionali per l'informazione

3.4.3 Drammatizzazione

Strategia di dialogo e dinamica d'azione per sostenere l'interpretazione e l'analisi delle situazioni. Si basa su una struttura completa e sviluppata nei dettagli. Il facilitatore mostra lo spezzone di un video, di un episodio televisivo rilevante o di un film che affronta l'argomento specifico individuato per l'esercizio. Dopo la visualizzazione del breve frammento, la sceneggiatura restante viene ideata, scritta e recitata da piccoli gruppi di allievi, in base ai finali alternativi che sono stati elaborati.

3.4.4 Action Maze (labirinto attivo)

Gli studenti sono divisi in gruppi, con due/tre partecipanti, e ad ogni gruppo viene assegnata una specifica situazione problematica (oppure il gruppo ne elabora una propria): gli studenti hanno il compito di decidere come comportarsi in base alle informazioni disponibili. Spesso vengono proposte alcune decisioni opzionali, ma per far sì che il processo di sviluppo del pensiero critico sia più efficiente, è preferibile che gli studenti elaborino le proprie opzioni di azione, indicando anche, per ogni alternativa, le conseguenze che ne derivano. Ogni serie di conseguenze viene riportata su una lavagna (o altro supporto) e l'azione che comporta tali conseguenze viene annotata su un adesivo e collocata sopra, in modo da nascondere le scritte sulla lavagna. Il facilitatore può proporre un numero di situazioni collegate pari a quello necessario. Al completamento, i gruppi terminano e seguono il labirinto elaborato da un altro gruppo. Identificano le azioni e le conseguenze alternative e le confrontano con ciò che è stato dichiarato.

3.4.5 Incidente critico

Questa strategia prevede la presentazione da parte di un facilitatore della parte essenziale di una presunta situazione critica o di un problema agli studenti, che devono risolverla. Il facilitatore, che è in possesso della totalità delle informazioni, le condivide solo in base alle domande dirette poste dai discenti, che non conoscono il contenuto completo. Mentre le soluzioni vengono condivise, il facilitatore fa riferimento ai punti più importanti e commenta le risposte.

3.4.6 Dialogo socratico

Questa strategia è una metodologia importante e un punto di riferimento nello sviluppo delle capacità di pensiero critico, in quanto consente di raggiungere il tipo di pensiero che richiede un vero e proprio ragionamento sulle situazioni. Si tratta di porre domande idonee, anziché domande che chiudono il pensiero dell'allievo fornendo una risposta sì/no o replicando le informazioni acquisite. Secondo la Tassonomia di Bloom, queste prove sono abilità di pensiero inferiori e non richiedono una capacità di pensiero superiore. Le domande socratiche, che prendono il nome da Socrate, offrono la possibilità di scambiarsi prospettive e idee, dare nuovi significati ai contenuti ed esplorare svariate applicazioni.

Esempio:

Logica della dinamica

- In caso di lockdown imposto da eventi imprevedibili di salute pubblica, come possiamo assicurare il mantenimento delle attività didattiche?
- Una possibilità è quella di ricorrere all'apprendimento a distanza.
- Questo è un modo per affrontare la situazione, ma quale impatto avrebbe sull'apprendimento degli studenti?

3.4.7 Visualizzazione Creativa

Questo metodo consente allo studente di immaginarsi in una situazione futura in cui potrebbe ritrovarsi ad un certo punto. Il facilitatore formula delle domande per aiutare i partecipanti a creare questa immagine mentale e le emozioni che la accompagnano, verificando che i partecipanti si trovino in una posizione rilassata e confortevole, con gli occhi chiusi.

Esempio:

Situazione Possibile

Essere amministratore o manager di un canale di informazione

Domande da proporre

- Come si svolge una normale giornata? Quali sono le tue attività?
- Come riesce a stimolare la ricerca della verità nel giornalismo?
- Come si conciliano le esigenze della tua organizzazione e quelle dei colleghi che vuoi assumere?

3.4.8 Scrittura di un diario

Il metodo consiste nel tenere un diario o un'agenda in cui, tra una sessione e l'altra di sviluppo delle competenze di pensiero critico, si invitano gli studenti a scrivere sul follow-up e sulla riflessione delle azioni e dei comportamenti personali e connessi. In questo senso, la scrittura del diario può migliorare il senso di consapevolezza degli studenti, dando tra le altre cose l'opportunità di riflettere adeguatamente su argomenti specifici e sugli approcci degli studenti.

3.4 PUNTI CHIAVE - INTEGRARE NELLE ABITUDINI QUOTIDIANE

Poiché le capacità di pensiero critico sono capacità importanti e rilevanti in diverse aree della nostra vita quotidiana, ad esempio per quanto riguarda il lavoro o la partecipazione alla società della conoscenza e dell'informazione, esse apportano molti benefici che svolgono un ruolo importante in queste aree. In questa sezione, proponiamo tre principi o consigli che, se integrati, diventano abitudini fondamentali per migliorare se stessi come pensatori efficaci. In questo senso, queste pratiche si evolvono intorno a un atteggiamento di interrogazione nei confronti delle informazioni disponibili, che consente un processo di pensiero adattato alla logica e al ragionamento, in modo che possa essere diversificato e aperto.^{12,14}

o Amplia il tuo bagaglio di competenze!

Imparare a conoscere sé stessi in merito ai propri punti di forza e di debolezza in termini di competenze, capacità, disposizioni e conoscenze, può dare una percezione di quali siano gli strumenti da sviluppare e a cui interessarsi, in modo da poter operare in modo più efficiente nella vita quotidiana. Imparando a riconoscere i pregiudizi, le proprie prospettive e i propri pregiudizi/pregiudizi, è possibile acquisire una percezione di altri punti di vista e interpretazioni di altre persone che possono contraddire i suoi.

Tenerli in considerazione aiuterà a sviluppare e ad aprire la mente a nuovi modi di pensare, trovando soluzioni diverse. Anche la lettura di risorse di informazione come libri, documenti o articoli sulle competenze specifiche che intendi migliorare (e la lettura del pensiero critico stesso) è di grande importanza e rilevanza.^{12,14}

◦ **Prendi l'iniziativa e risolvi i problemi!**

Quando affronti una situazione difficile o un problema, prima di tutto è molto importante concedersi del tempo per riflettere e pensare alla questione. Partendo dal presupposto che il tempo può essere speso per decidere la soluzione da adottare o quando si affronta una possibile situazione problematica, è importante riflettere su alcune questioni quali le conoscenze in materia, la rilevanza dei tempi e dei contenuti delle informazioni, la presa in esame di altri punti di vista e interpretazioni, e le potenziali soluzioni. Questo processo di problem-solving dettagliato richiede l'analisi dei dati e, da lì, la messa in pratica di altre competenze come il pensiero creativo, la progettazione e la pianificazione, oltre a strategie come il brainstorming e la ricerca di informazioni. Con risorse affidabili e opinioni ben supportate, prendere l'iniziativa attraverso il ragionamento per raggiungere una soluzione può generare buone abitudini e integrare il processo di pensiero critico.^{14,15}

◦ **Allena il tuo cervello!**

Il pensiero critico può essere perfezionato con i giochi di parole, i puzzle e altre attività ludiche, in quanto si tratta di esercizi mentali che attivano le parti del cervello che indirizzano l'attenzione e le capacità di risoluzione dei problemi. Oltre ad essere attività caratterizzate da dinamiche a basso stress che consentono di evitarne altre che possono provocare ansia o frustrazione, fattori come la concentrazione, la flessibilità cognitiva e l'utilizzo di numeri e lettere in vari modi esercitano la capacità e il controllo mentale. Esempi di queste attività sono i puzzle logici, gli indovinelli, gli scacchi, il solitario e i cruciverba.^{14,16}

4 LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE

Qui di seguito vengono proposte ulteriori risorse che possono essere utilizzate per approfondire le conoscenze relative al Modulo:

- Relazione tra scrittura e pensiero - [Jordan Peterson - The Best Way To Learn Critical Thinking](#)
- I programmi di istruzione multidisciplinare e la percezione del pensiero critico da parte degli studenti - [Teun J. Dekker - Teaching critical thinking through engagement with multiplicity](#)

5 BIBLIOGRAFIA



1. JobTestPrep (2021), "Watson Glaser Test Practice - All 5 Sections Fully Explained" (Youtube video). Consultato in Settembre e Ottobre 2022: <https://www.youtube.com/watch?v=zGenhWw-ebA>.
2. Hitchcock, David (2018), "Critical Thinking", Stanford Encyclopedia of Philosophy. Consultato in Settembre e Ottobre 2022: <https://plato.stanford.edu/entries/critical-thinking/#ProcThinCrit>.
3. List, John A. (2021), "Enhancing Critical Thinking Skill Formation: Getting Fast Thinkers to Slow Down". Consultato al link: <https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/us/en/files/Enhancing-Critical-Thinking-Skill-Formation.pdf>.
4. Dekker, Teun J. (2020), "Teaching critical thinking through engagement with multiplicity", Thinking Skills and Creativity 37. Consultato al link: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1871187120301759>.
5. Cherry, Kendra (2020), "What Is Cognitive Bias?". Consultato in Settembre e Ottobre 2022: <https://www.verywellmind.com/what-is-a-cognitive-bias-2794963>.
6. Oliveira, Sara (2022), "How to develop the 7 skills of critical thinking". Consultato in Settembre e Ottobre 2022: <https://www.brightconceptconsulting.com/en/blog/leadership/how-to-develop-the-7-skills-of-critical-thinking>.
7. Armstrong, Patricia (2010), "Bloom's Taxonomy", Vanderbilt University Center for Teaching. Consultato in Ottobre 2022: <https://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/blooms-taxonomy/>.
8. Simplilearn (2021), "Bloom's Taxonomy In 5 Minutes | Bloom's Taxonomy Explained | What Is Bloom's Taxonomy? | Simplilearn" (Youtube video). Consultato in Ottobre 2022: <https://www.youtube.com/watch?v=NjOa6l4GFJA>.
9. Brunt, Barbara A. (2005), "Models, Measurement, and Strategies in Developing Critical-Thinking Skills", The Journal of Continuing Education in Nursing. Consultato al link: <https://www.researchgate.net/publication/7397975>.
10. Jones, Jo M. and R. Dale Safrit (1994), "Developing critical thinking skills in adult learners through innovative distance learning" (Conference paper). Consultato al link: <https://eric.ed.gov/?id=ED373159>.
11. ICALTEFL (2021), "Action Mazes in TEFL". Consultato in Ottobre 2022: https://icaltefl.com/action-mazes-in-tefl/?doing_wp_cron=1665755488.8086071014404296875000.
12. Bouygues, Helen Lee (2019), "3 Simple Habits to Improve Your Critical Thinking", Harvard Business Review. Consultato in Ottobre 2022: <https://hbr.org/2019/05/3-simple-habits-to-improve-your-critical-thinking>.
13. Westbrook, Carolyn (2014), "Teaching critical thinking using Bloom's Taxonomy", Cambridge, World of better learning. Consultato in Ottobre 2022: <https://www.cambridge.org/elt/blog/2014/04/18/teaching-critical-thinking-using-blooms-taxonomy/>.
14. Get Ahead by LinkedIn News (2022), "What Are Critical Thinking Skills and How to Improve Them", LinkedIn. Consultato in Novembre 2022: <https://www.linkedin.com/pulse/what-critical-thinking-skills-how-improve-them-/>.



15. Doyle, Alison (2020), "What Are Problem-Solving Skills?", The Balance. Consultato in Gennaio 2023:
<https://www.thebalancemoney.com/problem-solving-skills-with-examples-2063764>.
16. Tayim, Fadi M. (2022), "Wordle And Other Games a 'Mental Jog' For Your Brain", Premier Health Now. Consultato in Gennaio 2023:
<https://www.premierhealth.com/your-health/articles/healthnow/wordle-and-other-games-a-mental-jog-for-your-brain>.

Fonti delle immagini:

- <https://www.flaticon.com/>.
- <https://pixabay.com/>.



MODULO 4: Come analizzare le informazioni che riceviamo

1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

1.1. OBIETTIVO DEL MODULO

L'obiettivo di questo Modulo è quello di avvicinare lo studente a modalità che lo aiutino ad analizzare e valutare le informazioni ricevute, così da essere più reattivo davanti alle fake news e alla disinformazione.

Al giorno d'oggi gli utenti di tutto il mondo hanno la possibilità di accedere alle informazioni utili presenti su Internet, e di contribuire ad arricchirle. Ma proprio per il fatto che chiunque potrebbe averle scritte, non sempre le informazioni disponibili in rete sono affidabili o accurate, nonostante ci sia la possibilità di accedere liberamente a un'ampia varietà di fonti.

Quando si cercano fonti e risorse da utilizzare come base per le proprie valutazioni, può capitare di imbattersi in contenuti che sembrano appropriati, ma che in realtà non lo sono. In ogni caso, non bisogna mai credere a tutto ciò che si legge online o altrove.

Prima di utilizzare una fonte nell'ambito di una valutazione, è sempre necessario esaminarla criticamente per essere certi che sia affidabile e accurata: solo così potremo avere la certezza di proporre argomentazioni supportate da dati attendibili.

1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Al termine di questo Modulo, lo studente sarà in grado di:

- riconoscere le risorse affidabili,
- filtrare le informazioni,
- valutare le proprie fonti.

2. CONTENUTI DIDATTICI

2.1. DOMINI INTERNET

Questa sezione fornisce una breve panoramica sui diversi tipi di siti che possono aiutare l'utente a identificare chi è il proprietario di un sito web.

Su Internet, ogni indirizzo di sito web, o URL, contiene un dominio che identifica il proprietario del sito. Il dominio rappresenta un modo rapido per giudicare la qualità di una pagina web prima di visitarla. In genere, domini come .edu, .gov e .org hanno maggiori probabilità di contenere informazioni di buona qualità rispetto ai domini .com.

Ma prima di iniziare, che cos'è un nome di dominio?

2.1.1 Cos'è un nome di dominio?

In primo luogo, il “nome di dominio” è il nome di una risorsa di internet: in altre parole, esso consente di localizzare un'organizzazione o un'altra entità all'interno della rete. In generale, un [nome di dominio](#) è un indirizzo attraverso cui gli utenti di Internet possono accedere ad un determinato sito web.

2.1.2 Come registrare il tuo dominio?

Quando si crea un sito web, la scelta e la registrazione di un nome di dominio sono di solito i primi passi da compiere.

Di seguito descriviamo i vari passaggi del processo di registrazione:

1. **Trova un provider per la registrazione dei nomi di dominio (Registrar):** esistono svariati provider e organizzazioni accreditate che si occupano della registrazione dei nomi di dominio. Alcuni esempi sono GoDaddy, Bluehost e Domain.com, che si occupano della vendita e della gestione dei nomi di dominio.
2. **Cerca un nome di dominio:** utilizza il tuo provider per cercare un nome di dominio disponibile. Accertati di incorporare nel nome eventuali parole chiave importanti, se è il caso.
3. **Scegli il suffisso per il nome di dominio:** dopo aver scelto un nome di dominio, il passo successivo è la scelta del suffisso. Il più diffuso è .com, ma altri molto comuni sono .net e .org.
4. **Acquista un nome di dominio:** una volta scelto il nome di dominio e il suffisso, è necessario acquistarlo tramite il provider di registrazione del dominio. Di solito si paga il dominio per un anno, e poi periodicamente per rinnovarlo.
5. **Includi la protezione dell'ID del dominio:** quando registri un nome di dominio, è necessario includere alcune informazioni come il nome, il numero di telefono, l'indirizzo fisico e l'indirizzo e-mail, che diventeranno pubbliche una volta che il nome di dominio verrà registrato. Per precauzione puoi acquistare la privacy del dominio, in modo da proteggere le tue informazioni dagli spammer, o dai ladri di identità.

2.1.3 Quali sono i tipi di nomi di dominio e di estensioni?

I domini possono essere classificati secondo tre tipologie nell'ambito dei domini di primo livello (TLD, Top-Level Domains): i **domini di primo livello generici (gTLD)**, i **nuovi domini di primo livello (nTLD)** e **domini con codice paese (ccTLD)**, dove i domini generici definiscono gli host registrati in base al loro comportamento generico, i domini con codice paese utilizzano l'abbreviazione di due caratteri del paese d'origine, mentre i nuovi domini consentono di associare più facilmente il dominio al nome dell'azienda.

Di seguito elenchiamo le principali categorie di domini di primo livello che tutti dovrebbero conoscere:

- **gTLDs (Domini di Primo Livello Generici)** – Sono le estensioni più comuni. Sono chiamati generici per ragioni storiche. Originariamente il gruppo dei generici comprendeva i domini creati all'inizio dello sviluppo del sistema dei nomi di dominio, che ora sono sponsorizzati da agenzie o organizzazioni designate e sono riservati a specifiche tipologie di registranti.

DOMINIO DI PRIMO LIVELLO ORIGINALE	SIGNIFICATO ORIGINALE DELL'ESTENSIONE DEL DOMINIO
.com	È l'abbreviazione di "commercial" , ed è comunemente usato per le aziende, le mail e i siti internet.
.net	È l'abbreviazione di "network" e viene utilizzato da organizzazioni e siti che promuovono le proprie opinioni o i propri servizi.
.org	È l'abbreviazione di "organization" , inizialmente usata per riferirsi principalmente alle organizzazioni senza scopo di lucro. Oggi il dominio è comunemente utilizzato anche da scuole, comunità e aziende a scopo di lucro.
.gov	È l'abbreviazione di "government" . È utilizzato da agenzie, programmi, città, Stati e Paesi associati al Governo.
.edu	È l'abbreviazione di "education" e indica che il sito è stato creato da istituzioni educative (scuole, università e biblioteche).
.mil	Questo particolare dominio deriva dalla parola "military" . Questi siti possono fornire informazioni sulle forze armate del proprio Stato.
.info	È un'abbreviazione di "information"
.biz	È stato concepito per la registrazione di domini destinati a essere utilizzati dalle aziende. Il nome è una formulazione fonetica della prima sillaba di "business" .

Tabella dei Domini di Primo Livello Generici

- **nTLD (Nuovi Domini di Primo Livello)** – Sono personalizzabili, e garantiscono che il nome di dominio sia più pertinente al proprio sito web. Alcuni esempi sono .voyage, .ninja e .app. Vengono generalmente utilizzati da marchi, organizzazioni e servizi.



Figura 1 - <https://academy.domainx.org/>

- o **ccTLD (Domini di primo livello con Codice Paese)** - Sono quelli specifici di un determinato Paese.

COUNTRY	COUNTRY CODE
Belgio	.be
Australia	.au
Brasile	.br
Cipro	.cy
Regno Unito	.uk
Italia	.it
Polonia	.pl
Portogallo	.pt
Romania	.ro
Spagna	.es

Tabella con alcuni esempi di Domini con Codice Paese
(<https://www.worldstandards.eu/other/tlds/>)

2.2. COME IDENTIFICARE LE FONTI AFFIDABILI

Per quanto l'identificazione di una fonte affidabile di informazioni su Internet sia un compito impegnativo e complesso, esistono alcuni trucchi che possono darti una mano. Di seguito riportiamo alcune caratteristiche che aiutano a valutare in modo semplice se un sito web è o non è una risorsa appropriata.

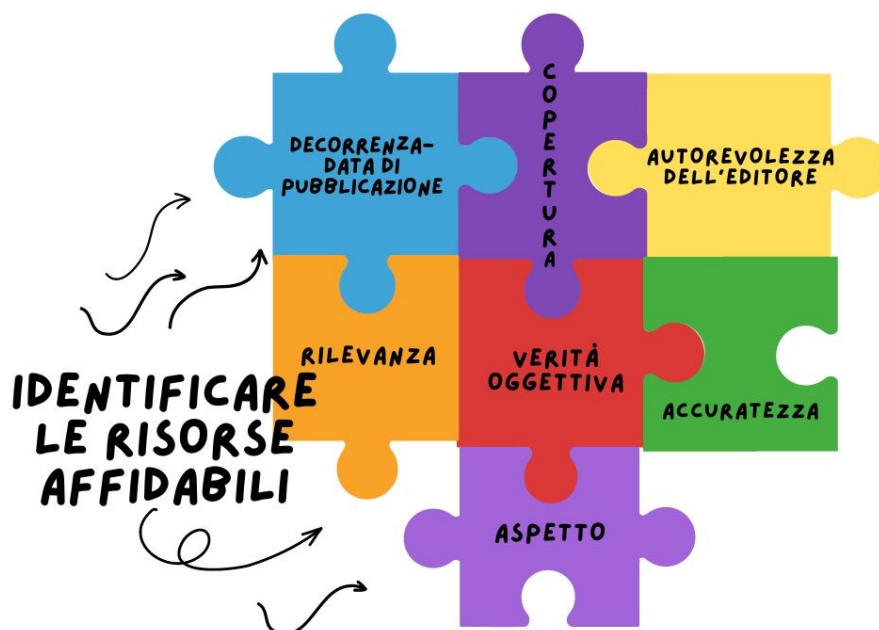


Figura 2 - Immagine elaborata da Lovila

Accuratezza

L'accuratezza consiste nell'affidabilità, nella veridicità e nella correttezza del contenuto. Per verificare l'accuratezza di un articolo bisogna farsi alcune domande:

- *Da dove provengono i dati?*
- *Le informazioni hanno una documentazione di supporto?*
- *I dati sono stati sottoposti a verifica o a revisione?*
- *È possibile verificare le informazioni fornite utilizzando altre fonti?*
- *Il linguaggio o il tono dell'autore sembrano tendenziosi e privi di emozioni?*
- *Le fonti dell'informazione sono citate in modo dettagliato, così da poterle verificare altrove?*
- *Ci sono errori tipografici, grammaticali o di altro tipo?*

Un elemento molto importante per il lettore è sapere se la fonte delle informazioni è nota. Ma per conoscere la fonte è necessario che l'articolo o l'informazione contengano i riferimenti essenziali, un elenco accademico, o altro. Una pagina priva di riferimenti può essere utile e presentare le idee di un singolo o di un'organizzazione, ma non può di certo essere considerata un'informazione. Anche la grammatica gioca un ruolo importante, così come gli errori di ortografia e di battitura. Se il lettore nota degli errori si crea automaticamente una percezione negativa, che dovrebbe portarlo a interrogarsi sull'accuratezza dell'articolo.

Esistono molti indicatori che possono aiutarci a capire se una fonte è imprecisa e inattendibile. Ecco alcuni esempi:

- *Non è riportata la data sul sito,*
- *Ci sono generalizzazioni vaghe,*
- *Ci sono informazioni obsolete, che cambiano continuamente (per esempio, circa la necessità di vaccinarsi per il Covid-19),*
- *I punti di vista alternativi su un dato argomento vengono ignorati.*

In conclusione, quello dell'accuratezza è un test che deve essere eseguito sul sito web e sulle informazioni che riporta, per assicurarsi che siano accurate, attuali, precise e approfondite. Per trovare/scrivere informazioni affidabili, lettori e scrittori dovranno tenere a mente queste caratteristiche.

Obiettività/verità/ imparzialità

L'obiettività è da sempre la qualità più importante quando si divulgano informazioni, sia oralmente che per iscritto. Poiché il concetto di obiettività è stato "elaborato, modificato, attaccato e difeso" da numerosi individui e professionisti, possiamo affermare che nell'ambito dei media è una nozione ancora in fase di sviluppo. L'obiettività non esiste al di fuori dello spazio e del tempo.

Il primo pensiero di chiunque parli di obiettività è **l'idea di verità**. In altre parole, capita spesso di chiedersi: "Questo articolo mi sta dicendo la verità su...?". La verità, a sua volta, è una conoscenza sviluppata sulla base del pensiero e dell'attualità. Di conseguenza, l'autore di un articolo o di un'informazione deve essere obiettivo e libero da pregiudizi quando diffonde le informazioni; se così non è, non sta presentando la verità.

La domanda che si ripropone è: come si fa a capire **se un autore è di parte o meno?**

La risposta è che un autore che è soggettivo - e non oggettivo - e presenta i suoi pensieri e le sue opinioni personali, userà un tono specifico e uno stile di scrittura emozionale. In un sito web affidabile, di contro, il tono di chi scrive è calmo e ragionevole, e le informazioni sono presentate in modo equilibrato e in un ordine armonico.

Inoltre, quando si parla di obiettività nei media, bisogna anche valutare il motivo per cui l'articolo/l'informazione viene messa online. Ci sono tre ragioni per cui un'informazione esiste:

- 1) *Per vendere un prodotto.* In questo caso, il sito web consultato terminerà con .com;
- 2) *Per influenzare.* Questi siti web servono in genere a diffondere la propaganda o l'astroturfing;
- 3) *Per informare.* Poiché questi siti web sono associati alle università, i loro link terminano con .edu.

Un'altra questione da sottolineare sono gli ostacoli che uno scrittore o un giornalista possono incontrare durante il processo di elaborazione e stesura di una storia o di un articolo.

Le opinioni e gli orientamenti politici, ma anche i pregiudizi, possono emergere sotto forma di preconcetti quando uno scrittore si trova a dover coprire un determinato evento. Bisogna anche considerare che i giornalisti, e gli scrittori in generale, sono

parte (ma talvolta anche prigionieri, e persino vittime) della società in cui vivono, delle sue norme e dei suoi valori. Pertanto, è molto facile che enfatizzino le informazioni in modo scorretto perché influenzati dal contesto sociale in cui si trovano. Per essere affidabile, un buon giornalista o scrittore deve essere in grado di controllare questa situazione.

Riassumendo:

- I *siti commerciali* il più delle volte terminano in .com.
- I *siti accademici* terminano sempre in .edu, ma bisogna fare attenzione e verificare se si tratta della pagina di una biblioteca, di un'università, di un professore o di uno studente.
- Esistono anche *siti governativi*, che terminano in .gov e sono generalmente affidabili. In ogni caso è bene tenere presente che siti del genere possono anche essere influenzati dal partito che ha la maggioranza in Parlamento.
- I *siti militari* terminano con .mil e forniscono informazioni quasi sempre accurate.
- I siti dei *network e delle organizzazioni* terminano con .net, e sono usati per promuovere la loro attività o le tematiche su cui si concentra il loro lavoro.
- Infine, ci sono i *siti di associazioni e gruppi senza scopo di lucro*, come le organizzazioni, il cui indirizzo termina con .org, che nella maggior parte dei casi promuovono il punto di vista dell'organizzazione.

Per concludere, ogni volta che ti accorgi che un articolo che stai leggendo è viziato dai pregiudizi, prova a controbilanciarli, per risalire alla verità oggettiva e alle informazioni anche attraverso di essi. Non esiste solo l'obiettività pura, ma ogni scrittore dovrebbe comunque essere in grado di dominare e controllare i propri pregiudizi.

Decorrenza/Data di Pubblicazione

Prova a scoprire quando una fonte è stata **pubblicata o rivista**. In alcuni campi, come quello scientifico, è necessario disporre di fonti aggiornate; in altri, come quello umanistico, è invece importante includere anche materiale datato. A volte può anche capitare di cercare la vecchia versione di una fonte, quando ne è stata già pubblicata una versione aggiornata. Per le risorse accademiche usa un database accademico (mentre per le risorse popolari anche una libreria online) e controlla se esiste una versione più recente di quello che stai cercando. In caso affermativo, prova a reperirla, così da sentirti più sicuro. Maggiore è il numero di apparizioni o pubblicazioni di una fonte, maggiore sarà l'affidabilità delle informazioni che riporta.

Per verificare la data di pubblicazione di una pagina internet, è bene porsi le seguenti domande:

- *La fonte è aggiornata?*
- *Se la fonte è aggiornata, le date corrispondono alle informazioni contenute nella fonte?*
- *La persona o l'organizzazione che ospita la fonte dimostra serietà e stabilità?*
- *È semplice reperire informazioni sull'ultima revisione del sito?*
- *È semplice capire quando è stata scritta la pagina?*
- *Riesci a risalire al momento in cui la pagina è stata inserita per la prima volta sul web?*

Rilevanza

È importante ricordare che si può utilizzare un'informazione solo dopo aver **verificato l'autore dell'articolo**; lo si può fare seguendo i passaggi riportati:

- *Se trovi un testo su un sito web, verifica se il suo indice è pertinente rispetto alla tua esigenza e al tema della tua ricerca.*
- *Scegli le fonti con attenzione; seleziona quelle associate a istituzioni educative e governative, piuttosto che a siti di tipo commerciale.*
- *Se non sei sicuro in merito a un sito web, un libro o un articolo online, puoi confrontarlo con altri che hai trovato, oppure contattare qualcuno che abbia familiarità con il problema che stai affrontando.*

In generale, la rilevanza è qualcosa di molto soggettivo. Per questo il più delle volte le persone non sono in grado di abbinare fonti appropriate alla loro ricerca.

Autorevolezza dell'editore/autore

Chi ha l'autorità di pubblicare le informazioni è altrettanto importante per garantire **l'obiettività**. In altre parole, anche gli autori dei siti dovrebbero essere valutati per la loro credibilità.

La motivazione è che chiunque può scrivere su un determinato argomento o lasciare un commento articolato su una situazione, ma solo chi è ben informato e ha una comprensione adeguata del concetto, dell'evento o dell'oggetto in questione sarà in grado di proporre un'osservazione su cui si può fare affidamento.

Sebbene sui siti web siano disponibili diversi network e modelli, non è così facile essere certi che le informazioni fornite siano accurate, o che l'autore sia una fonte affidabile. Ad esempio, può essere difficile valutare l'autenticità di un autore su siti web come Wikipedia e Google Search.

A questo proposito, sarebbe bene accertarsi dell'autenticità dell'autore prima di leggere il contenuto che appare sullo schermo. Come identificare un autore credibile è la domanda da porsi. Ecco alcuni indizi su cui fare affidamento:

- *L'autore ha un titolo accademico nella materia di cui si sta occupando.*
- *L'autore ha svolto un ruolo professionale collegato a quell'argomento nell'ambito di organizzazioni, ONG, aziende o governi.*
- *L'autore è coinvolto attivamente in un'organizzazione che è collegata a quell'argomento, dopo aver speso un'enorme quantità di tempo in ricerche e studi sul tema.*
- *La reputazione e il background accademico dell'autore (Ma, PhD, ecc.) o la sua attuale posizione lavorativa.*

Inoltre, come già accennato in precedenza, sarà necessario controllare il **dominio del sito web** per confermare l'accuratezza delle informazioni fornite dall'autore. Dobbiamo verificare che l'URL sia associato a un autore (o a un'organizzazione) rispettabile, in riferimento all'argomento di ricerca che abbiamo scelto.

Copertura

La **copertura** è un altro aspetto cruciale da considerare prima di pubblicare un articolo informativo su un sito web. La domanda principale a cui un lettore o un ricercatore deve rispondere è: quali argomenti sono trattati in ogni pagina, e in che misura? Dato che esistono altre fonti che possono trattare lo stesso argomento, gli utenti non dovrebbero affidarsi a un solo sito web e alle informazioni che offre. È necessario controllare le fonti affidabili e indagare su quelle nuove, o che trattano argomenti che non si conoscono.

Se vuoi approfondire l'aspetto della copertura, ecco alcune domande da cui partire:

- *Gli argomenti sono trattati esaustivamente, con argomentazioni chiare e supportate da prove sufficienti?*
- *Il pubblico a cui si rivolge la ricerca è adeguato?*
- *La risorsa tratta l'argomento della tua ricerca?*

Aspetto

L'**aspetto** di un articolo dovrebbe essere uno dei fattori più importanti da considerare prima della sua pubblicazione su un sito web. Più precisamente, l'autore dovrebbe sempre verificare che il link funzioni, che il sito sia ben strutturato e che la grafica e le immagini siano chiare.

Così come un indice ben organizzato è indispensabile per attirare i lettori quando si propone la versione cartacea di un articolo o di un'altra informazione, così i lettori o i ricercatori in rete valuteranno positivamente un sito ben strutturato e organizzato, in cui i link funzionano, i dati sono di facile accesso e sono presenti grafici e altre forme di multimedialità.

2.2.1 Il metodo C.R.A.A.P.

Il modo migliore per valutare la fonte di un'informazione è utilizzare il **metodo C.R.A.A.P.**, acronimo di **Currency, Relevance, Authority, Accuracy e Purpose**.

Il metodo C.R.A.A.P. si concentra proprio sulle cinque fasi identificate dalle parole che compongono il suo acronimo: traducendo dall'inglese, Decorrenza, Rilevanza, Autorevolezza, Accuratezza e Scopo. Per ogni fase, l'utente deve rispondere in modo appropriato ad un numero di domande incluso nella fase stessa. Gli utenti devono selezionare sì o no per ciascuna delle 26 domande.



Figura 3 - Immagine elaborata da Lovila

2.2.2 Il metodo SIFT

Il Metodo SIFT si basa su quattro mosse o "azioni da compiere" per valutare la fonte di tuo interesse. Le 4 mosse sono: fermati, esamina la fonte, trova fonti affidabili, recupera delle informazioni sul contesto originale.

Fermati

La prima mossa è la più semplice. STOP (in italiano *fermati*) significa due cose.

In primo luogo, significa *smettere di leggere, fermarsi quando si arriva ad una pagina o ad un post*. Prima di proseguire, chiediti se conosci già quel sito web, o la fonte da cui proviene l'informazione, e se hai idea della reputazione di chi scrive, e del sito stesso. Se non disponi di questi elementi, utilizza le altre mosse per farti un'idea su ciò che hai davanti. Prima di sapere di cosa si tratta, non continuare a leggere, e non condividere il contenuto.

In secondo luogo, quando si iniziano ad utilizzare anche le altre mosse, può facilmente capitare di andare sempre più a fondo, seguendo percorsi di ricerca alternativi, solo lontanamente collegati all'argomento di partenza. *Se ti senti sopraffatto dai tuoi sforzi di fact-checking, FERMATI e prenditi un secondo per ricordare qual è il tuo scopo.* Se vuoi solo postare, leggere una storia interessante, oppure fruire di una spiegazione di alto livello su un determinato concetto, probabilmente ti basterà sapere se la pubblicazione è attendibile. Se stai pensando di utilizzare la fonte in un testo di natura accademica, è importante verificare che la fonte e le sue informazioni siano affidabili. Se invece stai facendo una ricerca approfondita per conto tuo, potresti voler rintracciare le singole affermazioni contenute in un articolo di giornale, e verificarle in modo indipendente.

Ricorda che entrambi i tipi di ricerca sono utili. La maggior parte della nostra attività online consisterà in indagini brevi e superficiali, che ci serviranno ad escludere rapidamente le fonti di bassa qualità. Si acquisisce una maggiore efficienza partendo dai compiti più semplici, anche per poter dedicare più tempo alle cose che riteniamo importanti.

In entrambi i casi, però, è importante fermarsi ogni tanto e rivalutare la propria risposta, o l'approccio di ricerca adottato.

Esamina la fonte

Prima di consultare una fonte, non occorre condurre su di essa un'indagine da premio Pulitzer. Ma quando ci si appresta a leggere un articolo di economia scritto da un premio Nobel, sarebbe bene esserne consapevoli. D'altra parte, è opportuno anche sapere se un articolo che comunica i numerosi vantaggi del consumo di latte è prodotto da un'azienda lattiero-casearia o meno. Questo non significa che non ci si possa fidare dell'azienda lattiero-casearia o che l'economista premio Nobel abbia sempre ragione. Ma il modo in cui si interpretano i contenuti dipende anche dalla comprensione delle competenze e degli obiettivi della fonte.

Prima di leggere, *dedica 60 secondi a individuare la fonte dell'informazione, per stabilire se vale la pena dedicarvi del tempo* e, in caso affermativo, per comprendere meglio il suo significato e la sua attendibilità.

Trova fonti affidabili

Potresti non essere sempre interessato all'articolo o al video specifico che ti viene inviato. Magari ti interessa una certa affermazione. Magari sei curioso di sapere se è vera o falsa. Vuoi sapere se c'è un ampio consenso al riguardo o se c'è molto dissenso.

La cosa migliore da fare in questa situazione potrebbe essere quella di ignorare la fonte originale che hai ricevuto, e andare a cercare un resoconto o un'analisi affidabile su quella affermazione. Se leggi un articolo della "Save the Koalas Foundation" in cui si afferma che i koala sono stati dichiarati estinti, la scelta migliore non sarà indagare sulla fonte, ma piuttosto andare a cercare quali sono le migliori informazioni disponibili su quell'argomento o, più significativamente, consultarle.

Recupera delle informazioni sul contesto originale

Nella maggior parte delle informazioni che troviamo online, gli elementi di contesto vengono rimossi. Magari esiste un video di una rissa tra due individui, con la persona A che agisce come aggressore. Ma cosa è successo prima del filmato che stai guardando? Quali elementi sono stati mantenuti nel video, e quali sono stati rimossi? Una foto può sembrare vera, ma forse la didascalia non è corretta. Magari si sostiene che una nuova procedura medica sia efficace in base ai risultati di una ricerca, ma il rapporto di ricerca citato dichiara quanto viene affermato nell'articolo?

In tutti questi casi, è bene individuare la fonte originale da cui proviene l'affermazione, la citazione o il contenuto mediatico, in modo da poterla valutare nel suo contesto e da poter determinare la correttezza delle informazioni a cui hai avuto accesso.

NON DIMENTICARTI DELLO SIFT!

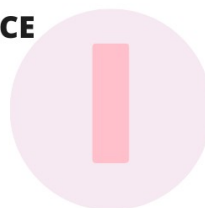


1.STOP (FERMATI)

- Conosci il sito web o la fonte di informazioni?
- Conosci la finalità della fonte e dell'informazione?
- Qual è il TUO scopo nel visionare queste informazioni?

2.INVESTIGATE THE SOURCE (ESAMINA LA FONTE)

- Devi sapere cosa sta leggendo prima di leggerlo.
- Conoscere l'esperienza e le priorità della fonte è fondamentale per la interpretare ciò che dice.



3.FIND TRUSTED SOURCES (TROVA FONTI AFFIDABILI)



- Cerca un'analisi affidabile
- Esamina più fonti e vedi quale sembra essere il parere degli esperti.
- Devi essere d'accordo con il parere degli esperti una volta che l'hai trovato?
- Assolutamente no! Ma capire il contesto e la storia di un'affermazione ti aiuterà a valutare meglio e a formulare un punto di partenza per le indagini future.

4.TRACE BACK TO THE ORIGINAL SOURCE (RISALI ALLA FONTE ORIGINARIA)

- Molto di ciò che troviamo su Internet è privo di contesto.
- Vuoi guardare il contesto originale e capire se la versione che hai visto è stata presentata in modo accurato?
- Si tratta di ricontestualizzare
 - Chi?
 - Cosa?
 - Dove?
 - Quando?
 - Perché?



Figura 4 – Immagine elaborata da Lovila

2.2.3 Il metodo ACT UP

Il metodo ACT UP, creato da Dawn Stahura, è un approccio per valutare le risorse attraverso una lente diversa: "come produttori culturali di informazioni informati (in contrapposizione ai consumatori culturali)". L'acronimo del metodo consta di 5 lettere che rappresentano altrettanti passi da considerare: Author, Currency, Truth, Unbiased, Privilege. Ogni passo corrisponde ad un tema identificato da una delle lettere di ACT UP: traducendo dall'inglese, Autore, Decorrenza, Verità, Imparzialità e Privilegio.

Usa ogni lettera e le domande ad essa associate per analizzare al meglio le tue fonti attraverso questa lente accademica.

Autore

Indaga sull'autore. Un contenuto è più credibile se è stato prodotto da qualcuno che ha una laurea, o altre qualifiche, nell'ambito dell'argomento di tuo interesse. Se l'autore o l'organizzazione non vengono citati, la fonte non dovrebbe essere considerata particolarmente credibile. Ma se l'autore presenta un lavoro originale, valuta anche il valore delle sue idee, non solo le referenze. Le referenze sono mai state una garanzia di innovazione e la storia della scienza dimostra come spesso i grandi progressi siano scaturiti da fonti esterne, e non dalle teorie già consolidate.

Per quanto riguarda l'autore, ecco alcune domande da porsi:

- Dove lavora?
- Se l'autore **è affiliato a un'istituzione o a un'organizzazione riconosciuta**, quali sono i suoi valori e obiettivi? Si traggono benefici finanziari dalla promozione di una particolare visione?
- Qual è il suo background accademico?
- Quali altri progetti/contenuti ha pubblicato?
- Che **esperienza** ha? È un pioniere o un sostenitore della situazione attuale?
- Altri studiosi ed esperti del settore **lo hanno mai citato come riferimento**?
- Hai verificato il **dominio** del sito web (.com, .org, .edu, .gov)?

Decorrenza

Quando sono state create le informazioni? Quanto è datata l'informazione? È importante l'attualità delle informazioni? Il materiale è stato aggiornato o rivisto?

- Quanto tempo è "troppo vecchio"? La data in cui le informazioni sono state pubblicate è importante? L'importanza varia a seconda che si tratti, ad esempio, di informazioni relative alle cure oncologiche o della storia della rivoluzione americana.
- La tua ricerca richiede di reperire informazioni relative a un certo intervallo temporale, come ad esempio gli ultimi dieci anni?
- Il materiale è stato aggiornato o rivisto?
- Saresti in grado di stabilire l'ultima volta che un sito web è stato aggiornato? (Suggerimento: cerca il timbro temporale posto in fondo alla pagina web, chiamato "*Ultimo aggiornamento*").

Verità

L'informazione è veritiera?

- L'informazione è in qualche modo **verificabile**? Ricorda che informazioni fuorvianti e ricerche errate vengono condivise spesso, anche su siti web affidabili!
- **Regola del tre**: riesci a trovare almeno tre fonti ulteriori per verificare l'informazione?
- L'informazione è supportata da qualche prova? Le informazioni condivise includono citazioni? Cercate le citazioni nei database delle biblioteche. Negli articoli di cronaca, nei blog, ecc. seguite i link correlati agli studi di cui si parla.
- Lascia perdere la fonte se noti **errori di battitura, di ortografia o di grammatica**; è segno che non è stata nemmeno revisionata! Ad esempio, se la fonte usa erroneamente "loro", "sono" o "ci", non è sicuramente affidabile.
- Fai caso al **linguaggio**. Se si usa un linguaggio emotivo o sensazionale del tipo "COSA NON VOGLIONO FARVI SAPERE!", è molto probabile che si tratti di clickbait o di fake news.

Imparzialità

I pregiudizi appartengono ad ognuno di noi... quindi cosa si può fare?

- Trova **fonti imparziali** facendo qualche ricerca.
- Impara a riconoscere i **potenziali conflitti di interesse**, ad esempio quelli di natura finanziaria.
 - ✓ Esempio: un articolo scritto da Apple sulla qualità delle immagini del nuovo iPhone.
 - ✓ Esempio: un articolo pubblicato dalla NRA -National Rifle Association of America- sul controllo delle armi.
 - ✓ Esempio: uno studio finanziato dalla Coca-Cola sul legame tra zucchero e depressione.
- Verifica i **tuoi pregiudizi** (tutti ne abbiamo!): influiscono sul modo in cui affronti un argomento o una ricerca.
- Abbandona la tendenza al bias di conferma!

Privilegio

Il privilegio esiste nel settore editoriale, accademico e bibliotecario.

- In ambito editoriale, parlando di privilegio ci si riferisce al fatto che la maggior parte degli studiosi/ricercatori che possono pubblicare le proprie ricerche sulle riviste accademiche sono maschi bianchi (spesso sottoposti a peer-review da parte di altri maschi bianchi). Sono loro gli unici titolati a pubblicare o a scrivere su un dato argomento? (Ovviamente no!)
- Chi resta escluso dal dibattito in determinati ambiti di ricerca? Perché?
- Chi è **non è presente** nel campo di ricerca attuale? Per esempio, quale popolazione/gruppo è al centro del tuo articolo scientifico? Con quali effetti? Possiamo davvero definirlo uno studio "generico"?
- Dedica un po' di tempo alla ricerca di fonti e autori che non sono elencati nei database.
- Anche l'accesso alle informazioni è un privilegio. Come studente, hai accesso alle risorse della biblioteca. Cosa cambia per coloro che devono condurre una

ACT UP VALUTARE LE FONTI

Utilizza il metodo act up per valutare le fonti, respingendo le narrazioni dominanti e contrastando le logiche di selezione e i cicli di citazione restrittivi.

1. AUTORE (AUTORE)

- Chi ha scritto il materiale?
- Cerca su Google la persona o l'organizzazione
- Perché è stata creata l'informazione?
- In un sito web, cerca il "Chi siamo".
- Fai attenzione al dominio di un sito web



2. CURRENCY (DECORRENZA)

- Quando sono state create le informazioni?
- Quanto vecchio è troppo vecchio?
- Il materiale è stato aggiornato o rivisto?
- È possibile stabilire l'ultima volta che un sito web è stato aggiornato?



3. TRUTH (VERITÀ)

- Queste informazioni sono effettive e veritiere?
- Le informazioni sono supportate da prove?
- Fai attenzione al linguaggio utilizzato
- Se noti errori di ortografia, errori di battitura o errori di grammatica, vai oltre la fonte.



4. UNBIASED (IMPARZIALITÀ)

- Cerca risorse imparziali
- Abbandonare l'abitudine del pregiudizio di conferma
- Sii consapevoli di eventuali conflitti di interesse, come ad esempio le fonti di finanziamento.



5. PRIVILEGE (PRIVILEGIO)

- Chi manca dalla ricerca stessa?
- Chi è assente nella conversazione di ricerca?
- Anche l'accesso alle informazioni è un privilegio



ricerca, ma non sono membri di facoltà o studenti di un'istituzione accademica? Quali risorse sono disponibili nella biblioteca pubblica? Talvolta anche la disponibilità di un computer o di Internet può diventare un problema.

Figura 5 – Immagine elaborata da Lovila

2.2.4 La Lateral Reading (Lettura laterale)

Una tecnica suggerita per riuscire a valutare una fonte online è la "**lettura laterale**": essa consiste nel cercare informazioni parallele su una fonte mentre la si sta leggendo, per valutarne l'attualità, la rilevanza, l'autorità, l'accuratezza e lo scopo.

Il termine fa riferimento alla navigazione su più schede del browser, aperte una di fianco all'altra per cercare più informazioni possibili su un sito. I lettori laterali decidono se fidarsi dei fatti e delle analisi presentate leggendo "attraverso diversi siti collegati, invece di andare a scavare in profondità nel sito in questione".

Leggere Lateralmente

Valutare una fonte documentandosi
su altri siti affidabili.

1



Apri alcune schede
nel browser per
effettuare ricerche
esterne al sito web
stesso.

2

Inizia a cercare il **nome del
sito web**.

Utilizza siti di fact checking
come **Politifact** o **Snopes**.



Autore

3

Torna al sito web e
cerca ulteriori
informazioni, come il
**nome dell'editore o
dell'autore**.



Come viene valutata la fonte dagli altri?

Combinando le informazioni provenienti
dalle diverse ricerche, si dovrebbe ottenere
una buona idea di come viene considerato
questo sito web e, quindi, se è affidabile.



Il punto è **andare oltre il sito web**, non fare
affidamento su come il sito web si descrive
(per esempio la pagina "Chi siamo").



Figura 6 - Immagine elaborata da Lovila

Il decalogo per individuare e bloccare le bufale:

1. **Verifica la fonte** di qualsiasi contenuto che intendi condividere almeno due volte, preferibilmente tre. Per scoprire se la notizia è presente in altre pubblicazioni affidabili, cerca su Google il titolo (o l'argomento). Se la "breaking news" è isolata e proviene da una fonte inaffidabile non appartenente ai media tradizionali, probabilmente non si tratta di una notizia dell'ultima ora. Sempre più esperti scrivono storie che sembrano o suonano realistiche, e incitano le persone usando notizie false.
2. **Sii particolarmente vigile** quando ti approcci alle fonti in situazioni di tensione nazionale, o in momenti in cui le emozioni sono particolarmente intense. Le organizzazioni con interessi speciali spesso diffondono informazioni non vere per sostenere una o entrambe le parti in causa in una crisi sociale. Insegna ai bambini a riflettere sulle loro azioni prima di divulgare questi tipi di materiali. In caso di dubbio, evita di condividere, postare e pubblicare.
3. **Fai attenzione ai servizi spettacolari**, che cercano di apparire credibili mescolando storie completamente inventate con le notizie reali. Esamina il sito web per verificare la presenza di pubblicità assurde. Gli integratori per la perdita di peso o i pettegolezzi sulle celebrità di solito non compaiono al fianco delle notizie nei canali mediatici più affidabili.
4. **Prima di condividere, scopri chi lo sta dicendo.** L'azienda in questione è rispettabile? Le informazioni (fatti o opinioni) sono distorte?
5. **Impara a riconoscere l'obiettività.** Qualsiasi notizia autentica presenta generalmente due punti di vista confliggenti. I titoli e la veridicità delle fonti si possono trovare facendo una rapida ricerca su Google. Essere obiettivi significa semplicemente trattare allo stesso modo i punti di vista opposti.
6. Valutare attentamente se l'articolo è **sponsorizzato**. Sempre più gruppi di interesse sponsorizzano siti web che imitano fonti di notizie credibili.
7. **Cerca il nome dell'autore su Google**, per vedere quali altri libri ha scritto e pubblicato. È probabile che l'autore non stia usando la sua identità se non è possibile identificarlo altrove e se si tratta di un racconto "esagerato". A volte un articolo fasullo può essere completamente privo di un autore di riferimento.
8. **Considera il tono e l'obiettivo del pezzo.** È scritto in modo neutrale per informare ed educare il lettore, oppure si basa su pregiudizi e mira a persuaderlo o a provocarlo?
9. **Controlla la data.** Un articolo autentico riporta quasi sempre una data, mentre i contenuti fake ne sono spesso privi.
10. **Valuta il layout generale**, la quantità di clic e la qualità delle immagini. Qual è il livello di dettaglio delle immagini grafiche? La sezione "news" risulta affollata? Le illustrazioni della storia migliorano il contenuto, o lo sminuiscono? Quanti clic ci sono voluti per trovare le informazioni che cercavi? Le fake news sono spesso presentate sotto forma di slide show o associate a parecchie pubblicità per far posto ad altri pop-up. Le vendite pubblicitarie di un sito web sensazionalistico vengono incrementate quando gli utenti fanno più clic.



DECALOGO

SU COME INDIVIDUARE E
BLOCCARE LE BUFALHE



Figura 7- Immagine elaborata da Lovila

3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE

Qui di seguito vengono proposte ulteriori risorse che possono essere utilizzate per approfondire le conoscenze relative al Modulo:

VIDEO

- [5 modi per riconoscere le fake news](#)
- [Come valutare le risorse \(Il metodo CRAAP\)](#)
- [Distinguere i fatti dalla finzione online con la lettura laterale](#)
- [Come scegliersi le notizie - Damon Brown - YouTube](#)
- [Le informazioni sono accurate e documentate?](#)

CASI DI STUDIO

- [Il caso dell'Ibuprofene: la prova dell'enorme impatto della disinformazione sul COVID-19 quando proviene da fonti credibili](#)

4. BIBLIOGRAFIA

1. Beal, V., 2022. *What is Domain?* | *Webopedia*. [online] Webopedia. Disponibile in: [<https://www.webopedia.com/definitions/domain/>](https://www.webopedia.com/definitions/domain/)
2. Library.nwacc.edu. 2022. *LibGuides: Lateral Reading: What is lateral reading?*. [online] Disponibile in: [<https://library.nwacc.edu/lateralreading>](https://library.nwacc.edu/lateralreading)
3. Sccollege.edu. 2022. *Internet Search*. [online] Disponibile in: [<https://www.sccollege.edu/Library/Pages/InternetSearchEngines.aspx>](https://www.sccollege.edu/Library/Pages/InternetSearchEngines.aspx)
4. Library.nwacc.edu. 2022. *LibGuides: Fake News vs. Real News: Tips for Evaluating Information*. [online] Disponibile in: [<https://library.nwacc.edu/fakenews/evaluating>](https://library.nwacc.edu/fakenews/evaluating)
5. Psychology Today. 2022. *10 Ways to Spot Fake News*. [online] Disponibile in: [<https://www.psychologytoday.com/us/blog/thoughts-thinking/201910/10-ways-spot-fake-news>](https://www.psychologytoday.com/us/blog/thoughts-thinking/201910/10-ways-spot-fake-news)
6. Sjcc.libguides.com. 2022. *LibGuides: Evaluating Resources Using the SIFT Method: SIFT Method*. [online] Disponibile in: [<https://sjcc.libguides.com/c.php?g=1186667&p=8678805>](https://sjcc.libguides.com/c.php?g=1186667&p=8678805)
7. Libguides.salemstate.edu. 2022. *Research Guides: ACT UP - Evaluation Method: Evaluating sources*. [online] Disponibile in: [<https://libguides.salemstate.edu/c.php?g=1236214&p=9046150>](https://libguides.salemstate.edu/c.php?g=1236214&p=9046150)
8. Guides.lib.lsu.edu. 2022. *Research Guides: ENGL 1001: English Composition Research Strategies: ACT UP Method*. [online] Disponibile in: [<https://guides.lib.lsu.edu/ENG1001/ACT_UP>](https://guides.lib.lsu.edu/ENG1001/ACT_UP)



MODULO 5: Utilizzare i media in modo efficace

1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

1.1. OBIETTIVO DEL MODULO

L'uso efficace dei media è un elemento importante per sostenere gli adulti nell'analisi delle informazioni, in modo che possano essere più reattivi alle fake news e alla disinformazione. Usare i media in modo efficace significa essere in grado di analizzare le informazioni che si ricevono e di essere parte attiva e coinvolta nel processo di comunicazione, contribuendo a limitare la vulnerabilità ma anche contrastando un atteggiamento di eccessiva cautela e distanziamento, che porta all'autoesclusione.

L'obiettivo di questo Modulo è quindi quello di introdurre lo studente ai concetti di base della comunicazione e del pensiero critico, in modo che, con l'aiuto dei media, sia in grado di comprenderli e di metterli in pratica, migliorando così la sua alfabetizzazione mediatica e la sua visione critica.

1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Al termine di questo Modulo, lo studente avrà imparato:

- i principi chiave per un uso efficace della comunicazione e dei media,
- i modelli teorici e pratici di un approccio efficace ai media,
- quali strumenti adoperare per individuare le fonti di informazioni efficaci.

2. CONTENUTI DIDATTICI

Negli ultimi vent'anni, Internet e soprattutto l'avvento dei social network hanno rappresentato una vera e propria rivoluzione della socialità umana. I cambiamenti che questa rivoluzione ha introdotto sono di grande impatto e pervasivi in ogni ambito della vita degli individui. Riflettendo, la maggior parte dei servizi che un tempo richiedevano un contatto diretto, oggi vengono veicolati in modo altrettanto efficace attraverso Internet. Questo fenomeno non riguarda solo le notizie, ma anche i servizi e gli accreditamenti legali.

La società nel suo complesso è in grado di adattarsi a tutti questi cambiamenti?

Purtroppo, Internet e le comunicazioni digitali, che all'inizio sembravano promettere una vera democratizzazione della comunicazione in quanto potenzialmente capaci di dare voce a chiunque, hanno in realtà creato profonde differenziazioni in funzione dell'età, della scolarizzazione e del livello di alfabetizzazione digitale di ciascun individuo. Dal momento che l'educazione stessa, con il suo potenziale di crescita, avviene oggi attraverso i media digitali, questo divario rischia di non essere colmato, contribuendo a creare una netta divisione tra coloro che sono in grado di comunicare digitalmente e coloro che non lo sono.

Per superare questo divario e accompagnare le persone con minori opportunità ad acquisire le competenze di base necessarie per utilizzare i media (tradizionali e nuovi),

è essenziale partire da una competenza base del genere umano: la capacità di comunicare tramite un linguaggio codificato e complesso.

Questa azione sarà utile anche per contrastare quella controcultura dell'alienazione e dell'autoesclusione a cui queste persone ricorrono sempre più spesso e che rappresenta, a livello comportamentale, una barriera sulla strada della piena inclusione.

Se nel mondo di oggi la comunicazione, anche quella ufficiale, ha superato i confini della lingua scritta e utilizza suoni e immagini, è opportuno conoscere le regole elementari della sintassi.



2.1. LO SCHEMA DELLA COMUNICAZIONE APPLICATO ALLA COMUNICAZIONE DIGITALE

2.1.1 Teoria della Comunicazione

Il classico schema della comunicazione è valido anche per la comunicazione social e digitale. La tabella seguente mostra un raffronto, elemento per elemento, che evidenzia le somiglianze e le differenze.

ELEMENTO	SIGNIFICATO	COMUNICAZIONE	COMUNICAZIONE SOCIAL E DIGITALE
EMITTENTE	(chi comunica)	Persona, istituzione, organizzazione	
RICEVENTE	(chi riceve)	Pubblico conosciuto, definito	Pubblico sconosciuto, illimitato
MESSAGGIO	(cosa è comunicato)	Informazioni, idee, concetti, opinioni	
CONTESTO	(situazione in cui avviene la comunicazione)	Sotto controllo	Fuori controllo
CANALE	(come avviene la trasmissione del messaggio)	Uno definito (radio, TV, giornali, libri)	Molti non sono definiti, perché i canali sono vasi comunicanti che fungono da cassa di

ELEMENTO	SIGNIFICATO	COMUNICAZIONE	COMUNICAZIONE SOCIAL E DIGITALE
			risonanza l'uno per l'altro.
REFERENTE	(tema del messaggio, argomento)	Fonti definite, livello di conoscenza definito, autorevolezza del messaggio	Risorse infinite, di tutti i livelli qualitativi, tutti possono esprimere la propria opinione.
CODICE	(linguaggio)	Definito, identificabile, disciplinato da regole e consuetudini	Indefinito, multimediale, in funzione del canale, del destinatario e dello scopo.

Risulta evidente che quando c'è una differenza sostanziale tra il prima e il dopo la digitalizzazione della comunicazione, sono l'indefinitezza e la complessità ad aumentare, e di pari passo aumentano anche i rischi di interpretazione, sia nella posizione dell'EMITTENTE (rischio di non essere in grado di trasferire il messaggio in modo corretto - Cosa? A chi? Quando? Dove? Perché?) sia in quella del DESTINATARIO (rischio di non essere in grado di comprendere il messaggio in modo adeguato - Cosa? È per me? Quando? Dove? Per quale motivo?).

Questa complessità ha un impatto ancora più significativo se si considera che i social media hanno cambiato il significato della comunicazione in quanto conversazione al livello più alto.

Da questo punto di vista, è chiaro che si creino diffidenza e conseguente rifiuto nei confronti dei social media, nei quali il passaggio della comunicazione è veloce (frenetico), incerto e indefinito, e in quanto tale capace di innescare la paura di non essere compresi, fraintesi e considerati, o di essere equivocati, fraintesi e ingannati.

La via dell'inclusione non è compatibile con il mantenimento di una distanza di sicurezza, bensì con la capacità di comprendere e padroneggiare i meccanismi della comunicazione per poter partecipare consapevolmente.

Comunicare utilizzando i social media oggi non significa semplicemente trasmettere un messaggio, ma avviare una conversazione in cui il feedback è potenzialmente prezioso quanto la comunicazione da cui ha avuto origine. In pratica, il comunicatore ("EMITTENTE") si aspetta like, commenti e condivisioni, ai quali può eventualmente rispondere.

2.2. I SOCIAL MEDIA E LA TEORIA CONVERSAZIONALE

Nella comunicazione coerente con il modello conversazionale, è utile ricordare le Quattro Massime Conversative che Herbert Paul Grice (1913 - 1988) ha identificato come regole cardinali per una comunicazione efficace. Sebbene queste massime siano state sviluppate da Grice, filosofo e linguista, per disciplinare gli scambi verbali in

presenza, essendo ispirate a un principio di cooperazione tra individui, si possono applicare con successo anche ad un universo comunicativo complesso come quello della comunicazione digitale.

In questa chiave, si possono usare nella didattica per fornire una struttura interpretativa efficace.

Grice è conosciuto per la sua 'Teoria delle implicazioni conversazionali' e per la formulazione del 'Principio di cooperazione'. Secondo la teoria di Grice, ogni interlocutore, per essere efficace nella conversazione, deve contribuire allo scambio comunicativo conformandosi a queste quattro massime:

- **Massima di quantità:** offrire un contributo che soddisfi la richiesta o la necessità di informazioni in modo adeguato agli scopi del discorso; non fornire più informazioni del necessario;
- **Massima di qualità:** offrire un contributo veritiero; non dire cose ritenute false e per le quali non si dispone di prove adeguate;
- **Massima di relazione:** essere pertinenti;
- **Massima di modo:** essere chiari, evitare l'ambiguità e la confusione nell'espressione, essere concisi e ordinati.

Secondo Grice, una conversazione inizia quando c'è cooperazione tra i soggetti.

2.3. COME POSSIAMO UTILIZZARE LE QUATTRO MASSIME DELLA CONVERSAZIONE NELLA FORMAZIONE?

Dopo aver spiegato brevemente come e perché la comunicazione social è assimilabile a una conversazione e quali sono le quattro massime conversazionali, l'educatore (o il facilitatore) invita i partecipanti a lavorare in piccoli gruppi (di 4 o 5 persone), assegnando a ciascun gruppo il compito di avviare una comunicazione su un argomento che è loro familiare (può essere il risultato di una gara sportiva, la presentazione di un film, l'organizzazione di un viaggio). L'avvio della comunicazione deve essere conforme alle 4 massime di Grice.

In plenaria, ogni gruppo presenta a turno la propria comunicazione (si potrà scegliere se farlo oralmente, o per iscritto su un poster) e gli altri gruppi contribuiscono allo scambio avviando un dialogo. Ogni membro della classe può denunciare una violazione, se la rileva. Al termine dello scambio, l'educatore invita i partecipanti a una pausa di riflessione sullo scambio avvenuto. Lo scopo di questa attività è di portare i partecipanti ad avvicinarsi ad un uso attivo, consapevole e normato della comunicazione. La dimensione del gruppo consente di creare un'atmosfera ludica che aiuta le persone a imparare insieme. È essenziale che l'educatore (o il facilitatore) promuova un clima collaborativo e non giudicante.

2.4. EDUCAZIONE AI MEDIA E AI SOCIAL MEDIA

Quando parliamo di educazione ai media intendiamo:

- istruzione sui media (intesi come strumenti utili nei processi di insegnamento e come parte dell'esperienza che gli studenti vivono con i media);

- formazione sui media (ossia la comprensione critica dei testi e del sistema mediatico, per consentire agli studenti di utilizzarli in modo critico e consapevole).

Questi due modi di intendere l'educazione ai media contribuiscono entrambi all'acquisizione di competenze digitali di base attraverso un processo indiretto e diretto di comunicazione mediatica, soprattutto digitale.

Sia che si parli di istruzione mediatica o di formazione ai media, l'apprendimento è finalizzato all'acquisizione combinata e organica delle pratiche di comunicazione efficace e di pensiero critico. Le competenze della comunicazione efficace e del pensiero critico sono cruciali per la creazione di notizie credibili e responsabili, se siamo nella posizione dell'EMITTEnte, e per l'identificazione e la verifica, se siamo nella posizione del RICEVITORE.

La credibilità di una notizia (sotto forma di post, articolo, informazione), si verifica esaminando tre aspetti fondamentali:

- il contenuto
- la forma
- i riconoscimenti.

2.5. LE REGOLE DELLA COMUNICAZIONE: IL MODELLO DI LASSWELL

Per utilizzare i media in modo efficace, sia nella fase di emissione che in quella di ricezione delle notizie, è possibile fare riferimento a un altro modello 'classico' di comunicazione: il modello delle 5 W. Questo modello è stato sviluppato da Lasswell, un politologo appartenente alla Scuola di Chicago, e presenta una struttura lineare in grado di interpretare il processo di comunicazione.

Sebbene il modello sia stato elaborato da Harnold D. Lasswell nel 1948, in un momento in cui nessuno poteva nemmeno immaginare la rivoluzione digitale della comunicazione e l'impatto dei social media, esso risulta ancora efficace, anzi evidenzia tutto il suo valore, proprio nell'ambiente entropico che la comunicazione esprime oggi.

"Un modo conveniente per descrivere un atto di comunicazione è rispondere alle seguenti domande: chi, dice cosa, attraverso quale canale, a chi, con quale effetto?".

Con questa breve ed efficace definizione, Lasswell identifica un modello onnicomprensivo che è valido in tutti i settori della comunicazione, inclusi quelli futuri.

Questo paradigma si basa sull'idea che la comunicazione (e la propagazione delle notizie) svolga tre funzioni sociali: vigilanza, correlazione e trasmissione. Nella concezione di Lasswell, i media erano destinati ad avere un impatto sulle idee e sulle convinzioni delle persone, un tema estremamente attuale considerando l'attuale pervasività delle informazioni.

Creare una comunicazione efficace e, di conseguenza, ricevere una comunicazione efficace, significa rispondere alle domande:

- who? (chi?)
- says what? (dice cosa?)
- by what means? (con quale mezzo?)
- to whom? (a chi?)
- with what effects? (con quale effetto?)

2.6. RIFLESSIONI SUL MODELLO DI HAROLD LASSWELL IN RELAZIONE ALLA COMUNICAZIONE SUI SOCIAL MEDIA

Il modello di Lasswell si focalizza su chi attiva il processo di comunicazione (mittente) e produce il messaggio. Poiché il modello di comunicazione sociale, come descritto sopra, coincide in molti aspetti con quello della conversazione, è evidente che tutte le parti coinvolte nel processo di comunicazione sono tenute a rispondere alle 5 W affinché la comunicazione sia efficace.

Rispondere alle 5 W anche quando si commentano le notizie è un valido antidoto alla frenesia della comunicazione social di oggi.

Qui di seguito è illustrata l'applicazione del modello di Lasswell alla comunicazione social di tipo divulgativo.

Se sono l'emittente:

- Chi? A che titolo sto comunicando questa notizia? "Sono un esperto in materia"
- Cosa sto comunicando? Qual è il contenuto, e cosa è importante?
- Con quale mezzo sto comunicando? Quale mezzo scelgo per il post/articolo/commento/messaggio istantaneo, e quale piattaforma seleziono per comunicare?
- A chi sto comunicando? Chi sono i destinatari della mia comunicazione? Clienti? Esperti? Studenti?
- Quali effetti desidero ottenere? Voglio insegnare? Voglio mostrare la mia esperienza? Voglio aprire nuovi canali di discussione? Voglio vendere un prodotto o un servizio?

Se sono il ricevente:

- Chi? Chi comunica? Quali sono le sue competenze?
- Cosa comunica? Qual è il contenuto e cosa è importante?
- Con quale mezzo comunica? Quale mezzo ha scelto per pubblicare un articolo/commento/messaggio istantaneo e su quale piattaforma?
- A chi comunica? A chi è rivolto? È un messaggio per me?
- Quali effetti vuole ottenere? Cosa desidera ottenere?

CHI	COMUNICATORE/ EMITTENTE	INDAGINE DEL MITTENTE
Cosa comunica	MESSAGGIO	Indagine sui contenuti
Con quale canale	CANALE	Indagine sul mezzo
A chi	TARGET/RICEVENTE	Indagine sul ricevente

Con quale effetto	IMPATTO	Studio degli effetti
-------------------	---------	----------------------

Se il modello originale di Lasswell rappresenta la comunicazione come una strada a senso unico, che non considera il feedback del ricevente, nell'applicazione del modello alla comunicazione social, che oggi influenza tutte le nostre interazioni, non possiamo fare a meno di considerare il feedback come un elemento integrante della comunicazione stessa, in grado di orientarla e di definirne gli sviluppi.

La modalità prevalentemente asincrona di questi scambi ci indirizza verso un modello che moltiplica gli emittenti. La rilevanza e la comprensione della propria posizione rispetto al messaggio sono fondamentali nella costruzione di una comunicazione efficace.

2.7. COME POSSIAMO UTILIZZARE LA TEORIA DELLE 5W NELLA DIDATTICA?

La proposta che segue è tesa a fare in modo che i partecipanti possano sperimentare la teoria delle 5W.

L'educatore chiede ai partecipanti di lavorare in piccoli gruppi (di 4 o 5 persone) e assegna a ciascun gruppo il compito di 'realizzare' una comunicazione social.

L'argomento è comune a tutti i gruppi: parlare della formazione in cui sono impegnati. Questo è l'unico elemento comune a tutti, in quanto ogni piccolo gruppo disporrà di un foglio con le seguenti informazioni:

- Chi? Cioè, chi è l'autore della notizia.
- A chi? Cioè, a chi è indirizzata la notizia.
- Che cosa? Qual è il messaggio/informazione.
- Quale effetto si vuole ottenere? Una scelta possibile, ad esempio testimoniare / convincere / raccontare / condividere emozioni.
- Quali canali? Quale canale social tra Facebook, LinkedIn, Instagram, Email, WhatsApp e quale linguaggio (scrittura, video, audio, ecc.).
- Un elemento a sorpresa fuori dal contesto, da includere nel messaggio.

L'ultimo elemento funziona come un vincolo e serve ad attivare il processo creativo e di risoluzione dei problemi, impedendo ai partecipanti di affidarsi troppo a convenzioni preconcrete.

Ogni gruppo ha a disposizione 15 minuti per realizzare la propria comunicazione social. Al termine, ogni gruppo presenta in plenaria il proprio lavoro, e i colleghi esterni al gruppo sono invitati a identificare le 5W del messaggio.

La fase di condivisione è solitamente molto divertente, ricca di osservazioni e battute. Questo è il momento in cui l'educatore può contribuire con alcune informazioni tecniche e di gestione.

2.8. PENSIERO CRITICO E SOCIAL MEDIA

Se ci soffermiamo ad osservare il nostro comportamento o quello delle persone che frequentiamo di più nel quotidiano, siano esse familiari o colleghi, non possiamo esimerci dal constatare lo spazio che i social media occupano nella nostra vita. L'accesso continuo e massiccio alle informazioni attraverso i dispositivi non ha più limiti di tempo o di ambito: siamo costantemente esposti a dati e informazioni che, in qualche modo, condizionano il nostro stato d'animo e contribuiscono a definire il nostro pensiero su ciò che accade nel mondo, o molto più semplicemente, intorno a noi.

Diversi studi confermano che l'uso continuo di Internet indebolisce la nostra capacità di pensiero critico. A quanto pare, alcuni aspetti di Internet non aiutano a sviluppare questa capacità, anzi la affievoliscono. Non si tratta di un'ipotesi paventata, ma di una conclusione che deriva dall'analisi. La rete opera all'interno di logiche che, naturalmente, hanno delle conseguenze.

Come si verifica tutto questo? Molte funzioni, servizi o spazi sul web, dai motori di ricerca ai social network, funzionano tramite algoritmi. Il principio è quello di adeguarsi agli interessi e alle preferenze dell'utente. Con il tempo, però, questi algoritmi finiscono per limitare l'esperienza dei navigatori sul web.

Entriamo più nel dettaglio. In passato si è già discusso molto del fenomeno noto come agenda setting, ossia il potere dei media di filtrare e manipolare le informazioni focalizzando l'attenzione degli utenti solo su argomenti predeterminati, orientando così l'opinione collettiva. Un processo simile, ma più raffinato, avviene sui social network, canali sui quali vengono pubblicati e condivisi ogni giorno milioni di contenuti diversi: per filtrare le notizie viene utilizzato un algoritmo basato su un'interazione rilevante, che mostra all'utente solo i contenuti con i quali ha interagito e verso i quali ha mostrato interesse.

Questa modalità, apparentemente efficace e funzionale, genera una zona di comfort virtuale sempre più ovattata e ristretta. Si crea così la cosiddetta 'filter bubble' (bolla di filtraggio): gli utenti visualizzano le notizie sul loro feed, gli algoritmi propongono

contenuti simili e gli individui si ritrovano in una bolla in cui hanno accesso solo alle informazioni che confermano le loro convinzioni.

All'inizio stabiliamo la nostra 'agenda' di interessi, ma presto la nostra capacità decisionale si trasferisce all'algoritmo, che ci imprigiona in questa bolla per rendere l'esperienza sui social il più gratificante e duratura possibile.

Questo processo stimola un ulteriore fenomeno: la cosiddetta "Echo Chamber" (camera d'eco). La camera d'eco si riferisce a una situazione in cui una persona riceve una serie di informazioni o idee su Internet che rafforzano il suo punto di vista, senza avere accesso ad altre risorse che potrebbero fornire una prospettiva diversa e quindi una visione più obiettiva della situazione.

Le conseguenze sono esponenziali: innanzitutto, un progressivo isolamento dovuto alla rigidità e alla limitatezza degli argomenti a cui ci si espone; è come se i nostri interessi venissero inoculati ipodermicamente, annientando qualsiasi stimolo verso la curiosità, l'apertura a nuovi argomenti e la ricerca proattiva di informazioni.

I social media diventano strumenti di distrazione di massa che omettono le informazioni importanti dalla prospettiva. Il risultato è che il pensiero critico si indebolisce.

Esistono tre modi principali attraverso cui Internet agisce in questo senso.

1. Le informazioni reperite su Internet confermano le nostre opinioni.

Quando cerchiamo un termine su Internet, il motore di ricerca attiva una serie di parametri basati sulle informazioni precedentemente acquisite sul nostro conto. In questo modo, i primi siti a comparire nell'elenco sono quelli che visitiamo più spesso, o che contengono informazioni che consultiamo abitualmente. Inutile dire che una quantità significativa di materiale viene esclusa dalla ricerca.

Qualcosa di simile accade nei social network. Non appena effettuiamo il login, visualizziamo in evidenza i post delle persone con cui interagiamo abitualmente e che, in linea di massima, la pensano in modo simile a noi. Senza rendercene conto, la nostra cerchia si è già ristretta notevolmente.

Gli algoritmi ci catapultano impercettibilmente in un mondo ideologico che conferma le nostre opinioni. Evitano di metterci in contatto con informazioni e idee in contrasto con le nostre, trasmettendoci un'idea limitata della realtà che ci circonda. Siamo convinti di conoscere la realtà senza renderci conto che siamo incoraggiati a vederne solo una fetta. Questo è il primo motivo per cui Internet limita il nostro pensiero critico.

2. Internet incoraggia il narcisismo e attenua la capacità critica

I social network hanno creato un nuovo tipo di dipendenza, quella dai 'like' (i "mi piace"). Non lo facciamo consapevolmente, ma ogni volta che pubblichiamo un post, in un modo o nell'altro ci aspettiamo le reazioni dei nostri amici, l'approvazione su ciò che abbiamo postato. Se nessuno lo fa, ci sentiamo frustrati e dubitiamo persino della validità dei nostri pensieri.

La scienza dice che i **"like"** attivano la secrezione di dopamina e agiscono come meccanismi di gratificazione. Ci fanno sentire bene perché sottintendono l'accettazione da parte della comunità. Questo può diventare un problema quando questa dipendenza arriva a plasmare le nostre idee o parole, senza che ce ne rendiamo conto.

Un altro modo in cui Internet limita il nostro pensiero critico è proprio questo meccanismo: convertire il nostro ego in un prodotto del consumo sociale e della ricerca costante di approvazione. Dissentire può significare abbandonare un gruppo, dover affrontare un rifiuto o una critica. La paura delle conseguenze può condizionare fortemente il nostro pensiero.

3. Incoraggia le relazioni sociali irrilevanti

Esistono diversi modi per interagire online: i social network, ma anche i forum, le chat, ecc. Il web ci dà la falsa sensazione di non essere soli, in una conversazione che sembra non avere né capo né coda. Questo dialogo infinito ruota intorno ad argomenti che diventano 'comuni'. Che ci piacciono o meno, questi argomenti devono essere trattati.

Gradualmente, Internet rende superfluo il contatto fisico. Le interazioni su Internet comportano sempre la stessa postura: seduti e davanti a uno schermo. Entrambe le situazioni hanno un effetto sul corpo e sul cervello.

Il movimento stimola l'intelligenza, il contatto fisico aumenta la capacità di provare empatia, scambio e affetto. Internet ci induce ad adattarci, volontariamente e docilmente, a nuove modalità di relazione con gli altri, allontanandoci dall'esperienza diretta della vita reale. Il rischio è che iniziamo a vedere il mondo attraverso una cornice ristretta e limitata: lo schermo del nostro computer.

Ci stiamo abituando a una pigrizia intellettuale senza precedenti: ci accontentiamo delle informazioni che ci vengono fornite senza verificare la fonte, senza cercare una voce critica, fuori dal coro. Ci esercitiamo a pensare che la nostra opinione sia vera e inconfutabile perché rafforzata e dimostrata da una massa di notizie, perdendo così la capacità di metterci in discussione.

La soluzione, come sempre, è la consapevolezza e l'intenzionalità: Internet è uno strumento molto potente al servizio dell'umanità, una risorsa immensa che però non può essere considerata esaustiva. Dobbiamo essere educati, orientati e preparati all'inesauribile fonte digitale che sgorga dai nostri schermi: solo così la tecnologia sarà una risorsa e non una minaccia.

2.9. COME POSSIAMO PROMUOVERE LO SVILUPPO DEL PENSIERO CRITICO?

Le persone che non hanno sviluppato il pensiero critico si accontentano generalmente di spiegazioni elementari in linea con i propri pregiudizi e preconcetti cognitivi, preferendo gli slogan alle argomentazioni, e l'accettazione acritica all'indagine approfondita e alla verifica delle fonti.

Dal contatto di Facebook che condivide fake news al grande manager che prende decisioni avventate senza prima interrogarsi sui dati a sua disposizione, gli individui che non hanno un pensiero critico sufficientemente sviluppato rischiano di danneggiare seriamente se stessi e gli altri.

Le considerazioni precedenti ci portano al tema dell'"analfabetismo funzionale", ossia l'incapacità di interpretare correttamente testi e messaggi manifestata da persone scolarizzate che teoricamente dovrebbero essere in grado di comprendere e verificare le informazioni che vengono loro sottoposte.

Un segmento sempre più ampio della popolazione scolarizzata rifugge la complessità, considerandola una minaccia piuttosto che una sfida, portando la società verso una regressione dai contorni preoccupanti. Il modo migliore per contrastare questa tendenza è adottare e sviluppare le capacità di pensiero critico e applicare tali capacità alle sfide della vita quotidiana e professionale.

Per sviluppare il pensiero critico, la chiave è l'obiettività del soggetto. Infatti, il pensatore critico deve essere in grado di lasciarsi alle spalle i propri sentimenti, pregiudizi e interessi, per perseguire una visione il più possibile oggettiva e reale, basata sui fatti e sul contesto. Saper sfidare i preconcetti e adottare nuove prospettive in nome dell'imparzialità, infatti, è uno dei requisiti fondamentali di chi vuole mettere alla prova il proprio pensiero critico.

Presentiamo adesso 3 punti di vista utili per sviluppare il pensiero critico:

1. Riconoscere i propri pregiudizi... e metterli da parte!

I pregiudizi, noti anche come 'distorsioni cognitive', includono la generalizzazione, il preconcetto, la polarizzazione (vedere le cose solo come bianco/nero, giusto/sbagliato) e la cosiddetta 'attenzione selettiva', ossia la tendenza a selezionare solo le parti di un discorso che supportano le nostre convinzioni e opinioni. Il primo passo per capire come sviluppare il pensiero critico è accettare che tutti noi abbiamo dei pregiudizi e riuscire a tenerli da parte con calma.

2. Esercitare la proattività

Essere proattivi significa svolgere un ruolo attivo nella nostra vita ed essere il motore dei cambiamenti che vorremmo vedere nel mondo. L'alternativa? Vivere come attori che reagiscono esclusivamente a ciò che succede loro, limitandoci ad adattare il nostro comportamento sempre 'in risposta' e mai 'in proposta'.

Perché subire il cambiamento se possiamo esserne gli artefici? Allenare la proattività significa mettere la propria mente al servizio del progresso personale e collettivo, e ci aiuta anche a diventare più competitivi sul mercato del lavoro.

3. Espandere i propri orizzonti

Quando ci troviamo di fronte a un problema o a una scelta difficile, cerchiamo di andare oltre le conclusioni che la nostra mente genera in modo automatico. Pensa a cosa

farebbe un'altra persona e a cosa penserebbe un estraneo. Adottando le prospettive di queste persone, ti renderai conto che lo stesso problema e la stessa scelta possono essere affrontati in molti modi diversi, ai quali probabilmente non avresti pensato. Metti sempre in discussione tutto e approfondisci le notizie, le opinioni e i commenti in modo da mantenere solo gli elementi che corrispondono alla realtà.

In generale, una persona che allena il proprio pensiero critico è meno predisposta alla manipolazione, prende decisioni più informate ed è in grado di risolvere problemi e conflitti in modo più efficace e originale, perché il pensiero critico e quello creativo

spesso lavorano insieme. Applichiamo i due approcci ad un noto indovinello: un uomo cade da un edificio di 40 piani e sopravvive - come è possibile?

Utilizzando il pensiero critico, possiamo individuare le eventualità che potrebbero spiegare lo strano evento:

- l'uomo potrebbe essere caduto su un materasso posizionato dai vigili del fuoco,
- la caduta potrebbe essere stata attenuata da una serie di ostacoli che l'hanno rallentata.

○

Adottando il pensiero creativo, invece, possiamo esplorare la questione cercando le possibili falle logiche:

- l'edificio è alto 40 piani, ma nessuno ha detto che l'uomo è caduto da quello più alto;
- era l'attore di un film d'azione che, fortunatamente per lui, indossava un paracadute in quel momento.

La combinazione di queste due soft skill può aiutare a raccogliere una gamma di soluzioni molto più ampia, diversificata e insolita rispetto a chi sfrutta solo il pensiero acritico e verticale.

2.10. SINTASSI E REGOLE PER UNA COMUNICAZIONE SOCIAL EFFICACE - I SOCIAL MEDIA NON SONO TUTTI UGUALI

L'obiettivo di quest'ultima sezione del Modulo "Utilizzare i media in modo efficace" è quello di approfondire la conoscenza dei canali mediatici digitali e social, in quanto parte integrante del "contesto" del processo di comunicazione moderno.

Poiché non sarà possibile esaminare tutte le piattaforme esistenti che continuano ad affacciarsi sul panorama digitale, faremo qui riferimento a quelle più conosciute e più rilevanti per il pubblico target del progetto, sebbene il metodo e l'approccio proposti possano essere applicati criticamente anche ad altre piattaforme.

La presentazione dei canali social e digitali segue uno schema ricorrente, la cui struttura è spiegata qui di seguito.

- Cenni storici
- Tipo di comunicazione
- Alcune regole di sintassi
- Truffe comuni e rischi a cui prestare attenzione

Iniziamo con la definizione di social media:

La definizione più diffusa di social media è quella fornita da Andreas Kaplan e Michael Haenlein nel loro articolo "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", in cui i social media sono definiti come "un gruppo di applicazioni basate su Internet che costituiscono le fondamenta ideologiche e tecnologiche del Web 2.0 e consentono la creazione e lo scambio di contenuti generati dagli utenti".

La caratteristica distintiva è quindi l'orizzontalità nella creazione e nella diffusione dei contenuti, in contrapposizione alla verticalità dei mass media tradizionali.

Tutti i soggetti del progetto di comunicazione sono allo stesso livello e questa natura democratica cambia i ruoli tradizionali della comunicazione, perché ogni messaggio è multidirezionale, cioè si passa alla trasmissione 'molti-a-molti' o 'peer-to-peer'. Il 'monologo' diventa un 'dialogo', una conversazione tra utenti, media e aziende; mittente e destinatario si alternano in un flusso continuo di ruoli, senza gerarchie predefinite.

I social media sono diventati molto popolari perché consentono alle persone di utilizzare il Web per stabilire relazioni personali o commerciali. Vengono anche chiamati contenuti generati dagli utenti (UGC) o media generati dai consumatori (CGM).

La popolarità dei social media è in crescita da diversi decenni e oggi sono specializzati per domini.

2.10.1 FACEBOOK

Facebook è nato nel 2004 dall'idea di alcuni studenti di Harvard (USA) che volevano creare un 'social network' all'interno dell'università. Uno di questi studenti era Mark Zuckerberg, che è riuscito a trasformare una piccola applicazione



Febbraio 2004

Il sostegno della Commissione Europea alla produzione di questi contenuti, che riflettono esclusivamente le opinioni degli autori, e per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essi

**2,797 miliardi
di utenti attivi
ogni mese**



2
ei
le

universitaria nel social network diffuso a livello globale che conosciamo oggi.

Una testimonianza della sua origine rimane nel nome, che fa riferimento all'annuario scolastico, di cui è la versione digitale: gli studenti che risiedevano nel campus potevano conoscersi grazie a un fascicolo personale, ricco di immagini e informazioni indicizzate.

Sin dalla sua nascita, Facebook è stato al centro di controversie e cause giudiziarie relative all'uso e all'acquisizione di dati personali. Eppure la sua espansione è stata inarrestabile, e dal 2006 è aperto a chiunque abbia compiuto 13 anni.

Le funzionalità di Facebook sono cresciute anno dopo anno anche grazie ad un'abile politica di acquisizione di aziende concorrenti e di integrazione delle loro funzionalità più significative. A partire dal 2012, Zuckerberg ha acquisito Instagram e Whatsapp. Attualmente, dal 2018, Facebook è il social network con il maggior numero di utenti attivi, governato dal cosiddetto "algoritmo" di Facebook che seleziona i contenuti da mostrare agli utenti, creando la cosiddetta bolla informativa.

Facebook ha dovuto adottare misure anti-fake news che prevedono la possibilità per l'utente di segnalare le notizie fake e la loro cancellazione al raggiungimento di un numero adeguato di feedback negativi.

Nel 2015, Facebook ha introdotto le emoticon per consentire una reazione emotiva più dettagliata agli stati e alle notizie, oltre ai "like".

Tipo di comunicazione

Sebbene sia ancora il social network più popolare con 2,797 miliardi di utenti attivi mensili, non è attualmente il più apprezzato dal pubblico giovane, che sembra preferire servizi come TikTok o Instagram. La presenza sui social media è possibile in due forme:

- Account individuali,
- Pagine di organizzazioni, cause, progetti utilizzata per il marketing e la promozione e amministrata da uno o più utenti individuali con ruoli assegnati.

Per gli account individuali, la funzione principale rimane la condivisione di esperienze ed emozioni.

Esiste un codice etico che viene sottoscritto al momento dell'iscrizione e che prevede il blocco dell'utente in caso di violazione. Ad esempio, nel 2021 l'account di Donald Trump (non solo su Facebook ma anche su altri canali social) è stato bloccato perché si riteneva che avesse utilizzato il potenziale della piattaforma per fomentare la violenza che ha portato all'attacco al Congresso degli Stati Uniti.

Molto famoso è il caso 'Cambridge Analytica', rivelato da un articolo del 17 marzo 2018 sulle pagine del New York Times e del Guardian: attraverso un'applicazione apparentemente innocua ('This is your digital life'), la piattaforma ha permesso

l'acquisizione impropria delle informazioni personali di circa 87 milioni di utenti di Facebook e, sulla base di queste informazioni, sono stati influenzati i risultati delle campagne elettorali di Donald Trump e Ted Cruz, ma anche la campagna a sostegno della Brexit.

Alcune regole di sintassi

Il tono utilizzato è spesso confidenziale, i testi possono essere arricchiti con faccine ed emoji per enfatizzare e rafforzare il messaggio. È possibile condividere attività, emozioni, ricordi e opinioni. Chiunque può scrivere qualsiasi cosa, senza bisogno di controllare le fonti.

Truffe comuni e rischi a cui prestare attenzione

Facebook è un'enorme piazza virtuale, ed è importante essere consapevoli che ciò che visualizziamo nel feed a disposizione del nostro utente è il frutto dell' algoritmo. Quindi è possibile avere l'impressione che gli utenti di Facebook condividano le nostre idee e i nostri interessi. Dobbiamo essere consapevoli di essere all'interno di una bolla informativa che non deve esaurire la nostra sete di informazioni.

Inoltre, su Facebook ci sono molti account falsi che potrebbero chiedere la nostra amicizia, catturare la nostra fiducia e tentare di manipolarci o truffarci. Ci sono alcune buone regole che possiamo seguire prima di concedere l'amicizia ad un utente che ci contatta:

- a. Concedere l'amicizia agli utenti di persone che conosciamo nella vita reale.
- b. Se non conosciamo l'utente che chiede di entrare nel gruppo dei nostri amici, visualizziamo il profilo; se è molto scarso con poche fotografie, pochi post magari ripetuti e poche notizie, probabilmente si tratta di un falso account elaborato da un programma automatico.
- c. Se qualcuno ci chiede dei soldi per una causa utilizzando il sistema di messaggistica istantanea, non inviamo denaro, né tantomeno diamo accesso ai numeri di carta di credito. Ci sono altri modi per finanziare le buone cause! Se abbiamo dei dubbi, rivolgiamoci ai canali ufficiali.

2.10.2 LINKEDIN

Se Facebook è nato in un ambiente universitario, LinkedIn ha dimostrato fin dalla sua nascita, nel 2002, la sua vocazione di servizio dedicato all'ambito professionale e al mercato del lavoro.

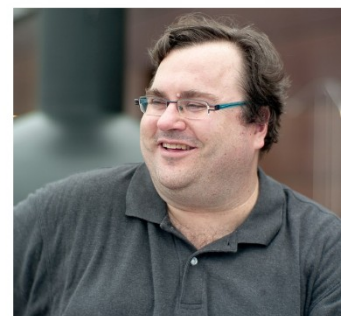
Oggi LinkedIn è un social media professionale diffuso in oltre 200 Paesi con 774 milioni di utenti.

Il suo creatore Reid Hoffman, laureato in Scienze Cognitive (1990) con una specializzazione in Filosofia (1993), con un



2002

**oltre
830 milioni
di membri
e
58 milioni di
aziende
registrate**



Il sostegno della Commissione Europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute.

*Figura 2 - Immagine elaborata da LABC
(Creative Commons images)*

background professionale nella tecnologia dell'informazione, già nel 1994 aveva sviluppato per Apple Computer “eWorld”, un social network professionale di scarso successo.

Dopo questa prima esperienza fallimentare, ha lanciato la sua prima start-up SocialNet.com, un sito web in grado di mettere in contatto persone con interessi simili, che è stato il vero precursore dei social network di oggi. Purtroppo, i tempi non erano ancora maturi, e Hoffman cambiò settore e contribuì alla creazione di PayPal, un servizio di trasferimento di denaro online, di cui divenne prima COO (chief operating officer) e poi vicepresidente esecutivo. Nel dicembre 2002, dopo l'acquisizione di PayPal da parte di Ebay, insieme a tre ex colleghi e a un compagno di scuola ha avviato il progetto LinkedIn.

L'idea iniziale era quella di mettere in contatto aziende e candidati, ma il social network si è evoluto fino a diventare la rete professionale più importante al mondo, orientata ad aumentare la produttività e il successo.

LinkedIn è una piattaforma social dedicata ai professionisti, che offre opportunità di business networking per la ricerca e l'offerta di lavoro online. Il servizio è mondiale ed è disponibile in 24 lingue.

Oggi, LinkedIn è un database di profili professionali, il primo luogo dove i reclutatori cercano i candidati e il social dove è necessario essere se si sta cercando un lavoro.

Le sue funzioni principali sono:

- pubblicare CV per la ricerca di lavoro,
- condividere contenuti e progetti di valore,
- trovare nuovi clienti o collaboratori,
- tenersi aggiornati.

Oggi, LinkedIn conta più di 16.000 dipendenti, 33 uffici in più di 30 città e segue un modello di business diversificato, in grado di adattarsi ai diversi contesti nazionali.

Tipo di comunicazione

LinkedIn è dedicato alle notizie sulla vita professionale e sulle aziende. Gli argomenti personali o ricreativi non vengono condivisi.

LinkedIn è un ambiente digitale serio e un po' formale, dove le polemiche e le discussioni non costruttive dovrebbero essere evitate. D'altro canto, è un luogo ricco di informazioni e riferimenti per coloro che desiderano ampliare le proprie conoscenze su un dato argomento.

Alcune regole di sintassi

Il tono è professionale, è meglio evitare o almeno limitare le emoticon. Le opinioni personali devono essere supportate da fonti. I video sono per lo più istituzionali.

Truffe comuni e rischi a cui prestare attenzione

Molti utenti di LinkedIn lamentano il fatto che spesso non ricevono alcun feedback sulla loro candidatura per una posizione pubblicata su LinkedIn. Questo fenomeno può

essere imputato al cattivo comportamento delle aziende, che non rispondono ai candidati che non sono interessanti per loro. In altre circostanze, si tratta di annunci mascherati utilizzati dalle Risorse Umane per fare bench marketing su determinate posizioni.

Oltre a queste, che sono cattive abitudini, esistono anche vere e proprie truffe, come ad esempio una campagna di phishing che nel 2021 ha attaccato LinkedIn inviando false offerte di lavoro che nascondevano un malware nel PC che consentiva il controllo remoto.

Le false offerte di lavoro corrispondevano esattamente alla formulazione dell'ultimo lavoro pubblicizzato sul profilo.

2.10.3 INSTAGRAM

Instagram è uno dei social media più popolari, con oltre un miliardo di utenti attivi.

Instagram ha avuto un successo così ampio da arrivare a creare una nuova figura professionale, quella dell'“Influencer”, ossia il proprietario di un profilo con un grande seguito (misurato in followers) e per questo in grado di influenzare opinioni, abitudini e consumi all'interno della comunità che lo segue.

La prima immagine condivisa per il test su Instagram è datata 16 luglio 2010 ed è una foto che ritrae il cane di uno dei suoi creatori, Mike Krieger e Kevin Systrom. Il 6 ottobre 2010, l'applicazione Instagram è stata lanciata per la prima volta.



Ottobre 2010

**1,074 miliardi
di utenti
attivi
ogni mese**



*Figura 3 -Immagine elaborata da LABC
(Creative Commons images)*

L'intenzione iniziale era quella di proporre un social media con la funzione di album fotografico condiviso.

La sua evoluzione è stata così significativa che per molte funzionalità è servita da esempio per altri social media: gli hashtag (2011), la condivisione di video (2013), le storie (2015-2016) e i reel (2020) sono apparsi per la prima volta in Instagram e sono ora presenti in quasi tutti i canali social. Questa standardizzazione e trasferibilità delle funzionalità è anche il risultato dell'acquisizione di Instagram da parte di Facebook nel 2013.

Instagram ha anche sviluppato un ampio set dedicato alla comunicazione, sia nel senso della messaggistica che della videochiamata.

Oggi, della vocazione originaria di Instagram per le raccolte di foto, rimane solo il logo. Ormai, Instagram è un potente canale di comunicazione commerciale, soprattutto per i brand di moda o legati alle immagini.

Ogni giorno, circa 80 milioni di foto vengono condivise e ci sono circa 3,5 miliardi di "Like".

Tipo di comunicazione

Qualsiasi comunicazione su Instagram contiene almeno un'immagine. Il tono è difficilmente serio, ed è bene scegliere un messaggio breve che sia efficace e direttamente collegato al contenuto visivo. Spesso il testo si trova in parte all'interno dell'immagine stessa.

Alcune regole di sintassi

I testi non possono superare i 2.200 caratteri perché sono intesi come didascalie per le foto. Idealmente, si dovrebbe rimanere entro 125 caratteri, in modo che il messaggio sia

interamente visibile senza richiedere al pubblico di cliccare di nuovo. Questo è fondamentale perché Instagram è un social media nato per gli smartphone.

Gli hashtag di Instagram devono seguire il testo, separato dalla didascalia da una linea o da punti, e devono essere scelti con cura. Sono molto utili per aumentare la visibilità dei post e per raggiungere gli utenti che potrebbero essere interessati agli argomenti proposti.

Instagram non dispone di un vero e proprio editor di testo (non è possibile evidenziare o modificare il carattere, se non con strumenti accessori per professionisti).

Per aggirare questa limitazione è utile utilizzare le emoticon o scrivere il testo in un'altra applicazione (ad esempio 'note' sullo smartphone), copiare il testo formattato e incollarlo nella didascalia del post di Instagram.

Truffe comuni e rischi a cui prestare attenzione

Un social media così diffuso attira i malintenzionati e ogni giorno vengono perpetrate molte truffe ai danni degli utenti più ingenui. Una di queste è quella in cui l'utente viene taggato in una storia come vincitore di un oggetto costoso (l'ultimo modello di Iphone, ad esempio). È consigliabile non rispondere, segnalare l'utente e non fornire mai i propri dati personali.

2.10.4 WHATSAPP

WhatsApp è un sistema di messaggistica istantanea, ma ora è integrato ai social media più popolari.

I suoi creatori, Jan Koum e Brian Acton, sono due ex dipendenti di Yahoo! che ambivano ad entrare nel team di Facebook prima di intraprendere la loro avventura.

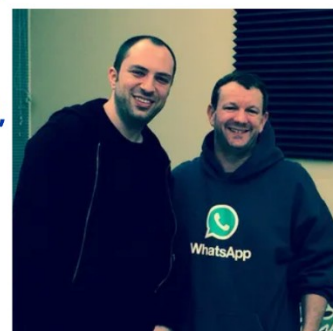
L'idea di WhatsApp è nata nel 2009, quando Jan Koum ha iniziato a pensare di creare un'applicazione che permettesse agli utenti di avere conversazioni con amici, colleghi, familiari, ecc. Il primo finanziamento di 250.000 dollari è stato ottenuto dagli amici di Yahoo.

L'obiettivo è quello di consentire una comunicazione senza interferenze, immediata e veloce, senza giochi e senza pubblicità.



2009

**1,6 miliardi
di utenti attivi,
in oltre
180 Paesi
in tutto
il mondo.**



*Figura 4 -Immagine elaborata da LABC
(Creative Commons images)*

Gli inizi non sono stati così semplici, e Koum è stato tentato di arrendersi.

Nel 2009, WhatsApp era disponibile nell'app store per iPhone e un paio di mesi dopo era pronta anche una versione per Blackberry. Da allora, l'applicazione è cresciuta in modo esponenziale e nel 2013 contava già oltre 200 milioni di utenti, invogliando Facebook ad acquisirla per circa 19 miliardi di dollari.

L'investimento di Zuckerberg è stato ripagato dal successo: nel 2016 si contavano più di 1 miliardo di utenti, un numero in continua crescita.

Koum e Acton sono tuttora alla sua guida e il logo è lo stesso che hanno disegnato all'inizio.

Tipo di comunicazione

Permette anche le chat scritte con più persone attraverso la creazione di gruppi, l'invio di immagini e documenti, le conferenze telefoniche a due o a gruppi. È anche un popolare strumento di collaborazione che velocizza il trasferimento di informazioni. Ha una versione per PC molto utilizzata. Viene sempre più utilizzato nel marketing.

Alcune regole di sintassi

Non ci sono regole specifiche.

Truffe comuni e rischi a cui prestare attenzione

Le catene di Sant'Antonio hanno trovato qui il loro nuovo canale, agevolato dalla semplicità con cui i messaggi possono essere inoltrati e diffusi. Per questo motivo, WhatsApp ha previsto un limite di 5 possibili 'inoltri' per ogni messaggio e l'impossibilità di inoltri multipli.

Queste misure sono state introdotte durante la pandemia per limitare la diffusione di bufale sul coronavirus. I messaggi inoltrati si distinguono dagli altri grazie all'icona di una doppia freccia.

2.10.5 E-MAIL

La nascita di Internet è riconducibile al progetto ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) che il Dipartimento della Difesa degli Stati Uniti ha avviato nel settembre del 1969 per facilitare la comunicazione tra i diversi dipartimenti.

La prima esperienza di comunicazione online era stata sviluppata nel 1965 al MIT di Boston: il programma MAILBOX che permetteva agli studenti di inviare messaggi ai loro colleghi. Si trattava di un sistema innovativo per l'epoca, ma piuttosto rozzo. Fu Ray Tomlinson, del team ARPANET, a inventare un programma che permetteva ai dipendenti delle agenzie di comunicare, dando vita alla moderna e-mail.

La prima e-mail fu inviata nell'ottobre 1971, soppiantando rapidamente il telegrafo (anni '30) e il Telex (anni '60).

Fu lo stesso Tomlinson a inventare la chiocciola che serviva a identificare il destinatario. I primi indirizzi vennero costruiti come username@nomecomputer.

Il successo di ARPANET spinse lo sviluppo del programma a migliorare il servizio: nel 1975, John Vittel realizzò la funzionalità di organizzare i messaggi inviati, e Shiva Ayyadura divise le caselle in 'messaggi in arrivo' e 'messaggi in uscita'. Nacquero le prime mailing list, cioè i gruppi di discussione che utilizzavano la posta elettronica, e nel 1980 furono introdotte le emoticon. Quando apparvero i primi Internet Service Provider, la portata della posta elettronica non aveva più confini.

I servizi di posta elettronica agli albori erano molto diversi da quelli che conosciamo e si ispiravano a Microsoft Outlook (1992). Dall'arrivo di Hotmail nel 1996, seguito da Yahoo Mail, la posta elettronica è sempre stata online.

Attualmente e dal 2007, è Gmail a dominare il mercato, anche grazie alla sua recente integrazione in una grande suite per ufficio.

L'evoluzione della posta elettronica è la posta elettronica certificata. Si tratta di un'applicazione in grado di produrre comunicazioni accompagnate da un certificato digitale legale. In Italia, è un requisito per le comunicazioni con gli enti governativi. A questo proposito, la situazione non è omogenea all'interno dell'Unione Europea ed è in corso un complesso processo di approvazione.



1971

**diffusa,
pervasiva**



*Figura 5 -Immagine elaborata da LABC
(Creative Commons images)*

La casella PEC assomiglia a una casella e-mail standard, ma il percorso del messaggio è tracciato. Il mittente riceve una conferma di ricezione e lettura e il messaggio non può essere alterato. In Italia, avere una PEC è obbligatorio per qualsiasi attività commerciale.

Tipo di comunicazione

Le e-mail sono ormai così diffuse che ormai fanno parte del contesto. Il tono dipende da chi scrive, da chi riceve e dall'obiettivo della comunicazione. Gran parte delle regole sintattiche della comunicazione attraverso i testi deriva da ciò che è stato sviluppato a livello linguistico con le e-mail.

Alcune regole di sintassi

Le regole derivano dalle norme della comunicazione scritta utilizzate per le lettere. Il consiglio sempre valido è di non scrivere testi prolissi o ridondanti, di utilizzare punti elenco per delineare i concetti e di non abusare di immagini che appesantiscono la trasmissione del messaggio.

Inoltre, ci sono alcune attenzioni da considerare per una comunicazione efficace:

1. Scrivere in MAIUSCOLO equivale convenzionalmente a gridare (da usare con prudenza per non turbare l'interlocutore).
2. Mettere in CC solo le persone effettivamente coinvolte (oggi siamo sommersi dalle e-mail e molte rischiano di non essere lette).
3. Scegliere un oggetto (il "titolo" della mail) che sia pertinente, comprensibile e adatto all'archiviazione.

Truffe comuni e rischi a cui prestare attenzione

Molti tipi di truffe possono essere perpetrate via e-mail, ma questo è l'ambiente ideale per il phishing. Vengono inviate e-mail molto simili a quelle reali per contenuto, layout e mittente, con la richiesta di codici e dati personali, password segrete e credenziali di accesso ai servizi di online banking. Ed è buona norma non rivelare mai i propri codici nemmeno alle organizzazioni che li hanno rilasciati!

Meno pericolose ma, fino a pochi anni fa, molto diffuse sono le catene di Sant'Antonio, un sistema per moltiplicare un messaggio spingendo il destinatario a reiterare gli invii sulla base della superstizione, della promessa di una vincita o di un guadagno.

Questa pratica esisteva già prima della comunicazione digitale e risale alla tradizione secondo cui indurre amici e conoscenti a pregare un santo era un modo per ottenere la sua benevolenza e la realizzazione delle richieste.

Oggi, le catene di Sant'Antonio si trovano soprattutto su Whatsapp.

3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE

Qui di seguito vengono proposte ulteriori risorse che possono essere utilizzate per approfondire le conoscenze relative al Modulo:

Guida rapida alla creazione di un account sui social media per la tua azienda:

<https://aspireinternetdesign.com/social-media-blogging/quick-guide-setting-social-media-accounts-business/>

Steven Levy, Facebook: The Inside Story, 25 Febbraio 2020, Blue Rider Press

Jason Steinhauer, History, Disrupted: How Social Media and the World Wide Web Have Changed the Past, 2022, Palgrave Macmillan

Film: The social Network, by David Fincher, 2010, Columbia Picture.

Ai seguenti link è possibile trovare alcuni video sul critical thinking:

<https://www.youtube.com/watch?v=dItUGF8GdTw> <https://www.youtube.com/watch?v=NHjgKe7JMNE> <https://www.youtube.com/watch?v=vNDYUixNIAA>

4. BIBLIOGRAFIA

Holler insights, Conversational Media. Defining a New Digital Medium, May 10 2021, consultato il 10 settembre 2022, <https://www.holler.io/insights/conversational-media-defining-a-new-digital-medium>

Exploring Communication Theory: Making Sense of Us Paperback – December 29, 2015, di Kory Floyd, Paul Schrod, Larry A. Erbert, Angela Trethewey

Paul Grice, Studies in the Way of Words, Harvard University Press, 1991

Dingkun Wang, *Translation and Social Media Communication in the Age of the Pandemic*, 2022, Tong King Lee,

Conversational Media. Defining a New Digital Medium

Holler insights, 10 Maggio 2021, consultato il 10 settembre 2022

Mulder, P. (2018). Lasswell Communication Model. Consultato nel 2022, da Toolshero: <https://www.toolshero.com/communication-methods/lasswell-communication-model/>

UNESCO. Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training, 2018

da <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>

Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's "5W" Model, Peng Wenxiu, 2015, Journal of Educational and Social Research, MCSER Publishing, Rome-Italy

<https://community.criticalthinking.org/>

Andrew Arnold, *How To Maintain Critical Thinking In The Modern World Of New Media*, 2018, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/andrewarnold/2018/02/27/how-to->



maintain-critical-thinking-in-the-modern-world-of-new-media/?
sh=7133ccfc50e5

McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. (2014). New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, 17:781-802
http://www.bemedialiterate.com/uploads/1/7/2/2/1722523/agendasetting_2014.pdf



MODULO 6: Strumenti online a sostegno del lavoro

1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

1.1. OBIETTIVO DEL MODULO

L'obiettivo di questo Modulo è fornire informazioni su alcuni strumenti disponibili online, come piattaforme, app o estensioni web, in modo che, una volta acquisita familiarità con essi, lo studente sia in grado di scegliere lo strumento giusto per riuscire ad analizzare le informazioni che riceve e rafforzare le proprie capacità di pensiero critico.

Il Modulo presenta anche corsi online disponibili sotto forma di giochi, per aiutare gli studenti a sviluppare la propria capacità di riconoscere la disinformazione e le fake news.

1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Al termine di questo Modulo, lo studente sarà in grado di:

- distinguere i diversi tipi di strumenti online,
- decidere quale strumento selezionare per analizzare le informazioni trovate online,
- utilizzare lo strumento selezionato,
- riconoscere le tecniche di manipolazione utilizzate da alcuni mezzi di informazione.

2. CONTENUTI DIDATTICI

2.1. STRUMENTI ONLINE PER VERIFICARE LE INFORMAZIONI

Le fake news sono un problema che riguarda tutto il mondo. La disinformazione, il cui scopo principale è quello di fuorviare gli utenti, creando incertezza e caos, ha un potere e un'influenza enormi sulle decisioni prese quotidianamente nella società a tutti i livelli. Sempre più persone sono consapevoli dell'esistenza della disinformazione, ma il problema è, per così dire, quasi impossibile da controllare. La disinformazione ha la prerogativa di diffondersi alla velocità della luce. Esiste quindi una soluzione?

Gli strumenti che aiutano a distinguere e verificare le informazioni che si ricevono possono essere d'aiuto.

In questo Modulo troverai informazioni sugli strumenti, intesi come piattaforme e applicazioni online gratuite, che ti aiuteranno a riconoscere la disinformazione e le fake news.

Recentemente sono stati sviluppati numerosi strumenti per il controllo delle fake news.

Tuttavia, non è ancora nato uno strumento in grado di distinguere perfettamente la verità dalla falsità. Ciononostante, molti degli strumenti disponibili online sono in grado di aiutarti a verificare le informazioni che ricevi. La scelta dello strumento giusto



dipende dal tipo di informazione ricevuta: si tratta di una **foto**, di un video o forse di un **articolo** su un portale?

2.2. PIATTAFORME E APPLICAZIONI ONLINE PER IL FACT-CHECKING

2.2.1 AdblockPlus

AdblockPlus è un'applicazione e un'estensione del browser progettata per bloccare le pubblicità dannose, ma anche per bloccare i siti che diffondono disinformazione. Lo strumento è stato ideato nel 2011, ed è gratuito e open source.

È possibile adattare le impostazioni predefinite in modo che anche le pubblicità "bonificate" dallo strumento, cioè quelle che soddisfano gli standard delle pubblicità accettabili, non vengano visualizzate. Questa impostazione assicura che la disinformazione che viene diffusa attraverso la pubblicità venga combattuta e che i cookie e i tracker non possano monitorare i siti web visitati. Con questo strumento, puoi bloccare le pubblicità di YouTube, gli annunci di Facebook, i banner, i pop-up o qualsiasi altra pubblicità fastidiosa.

Surf the web with no annoying ads

- ✓ Experience a cleaner, faster web and block annoying ads
- ✓ Acceptable Ads are allowed by default to support websites (learn more) ^[1]
- ✓ Adblock Plus is free and open source (GPLv3+)

By clicking the button below, you agree to our [Terms of Use](#).



[Download Adblock Plus for another browser](#)

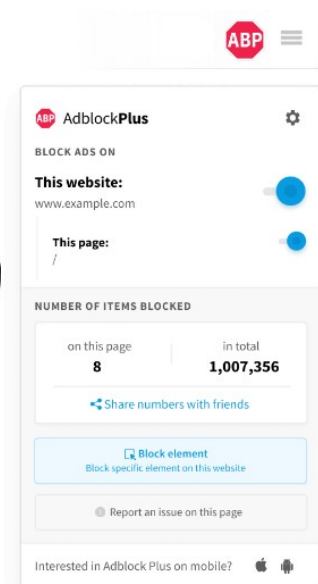


Figura 1 - Fonte: <https://adblockplus.org/en/>

2.2.2 Factual

Si tratta di un'applicazione mobile e di un'estensione del browser che verifica ogni giorno più di 10.000 articoli di notizie per valutarne la credibilità. In quest' ambito troverai fino a cinque strumenti, che ti permetteranno di accedere alle informazioni più affidabili. Questi sono:

newsletter, sito web, applicazione mobile (iOS, Android), estensioni Chrome, sito web [IsThisCredible.com](https://www.thiscredible.com/) - se hai trovato un articolo che non ti sembra credibile, qui puoi farlo valutare e verificare, oltre a trovare informazioni affidabili su qualsiasi argomento.

The Factual si basa su un algoritmo che valuta i contenuti su una scala da 0 a 100 %. La valutazione si concentra su quattro indicatori, ossia:

- fonti: quanto sono ampie e diversificate, sono primarie o secondarie, si ripetono, sono politicamente diversificate, quante sono le citazioni e quanto sono lunghe?
- tono: quanto è neutrale, l'autore cerca di diffondere l'informazione o di turbare l'opinione pubblica?
- competenza tematica: l'autore ha scritto in precedenza sull'argomento, quali sono le valutazioni degli articoli precedenti?
- reputazione del sito: qual è la media storica del sito?

Il rating viene interpretato come la probabilità che l'articolo sia credibile. Un articolo con una valutazione superiore al 75% è considerato informativo, mentre un articolo con una valutazione inferiore al 50% è considerato meno affidabile.

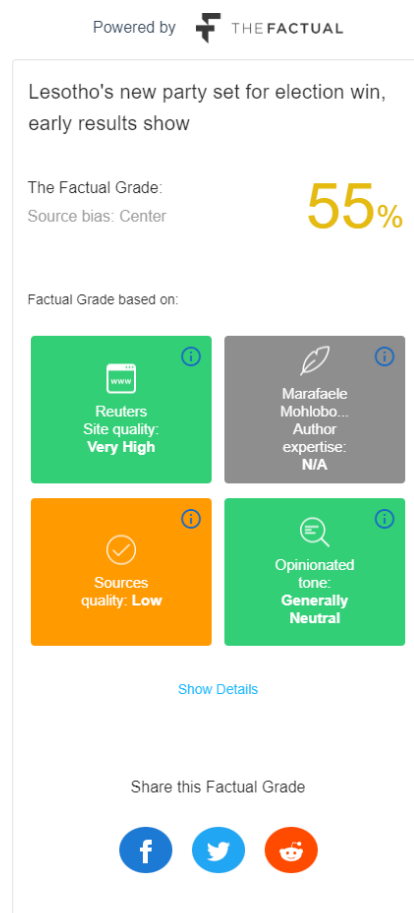


Figura 2 - Fonte: <https://www.isthiscredible.com/?url=https://www.reuters.com/world/africa/lesothos-new-party-set-election-win-early-results-show-2022-10-09/>

2.2.3 Website Whitelist

Si tratta di un'estensione del browser che permette di eseguire ricerche solo sui siti che considera affidabili. Le richieste ai siti web non attendibili vengono bloccate, analizzando il dominio per vedere se è inserito nella whitelist. Se il sito richiesto non viene trovato, la richiesta viene automaticamente bloccata prima di iniziare. Con questa estensione, ti proteggi dal reindirizzamento a siti non affidabili da parte degli hacker e dalla diffusione di malware.

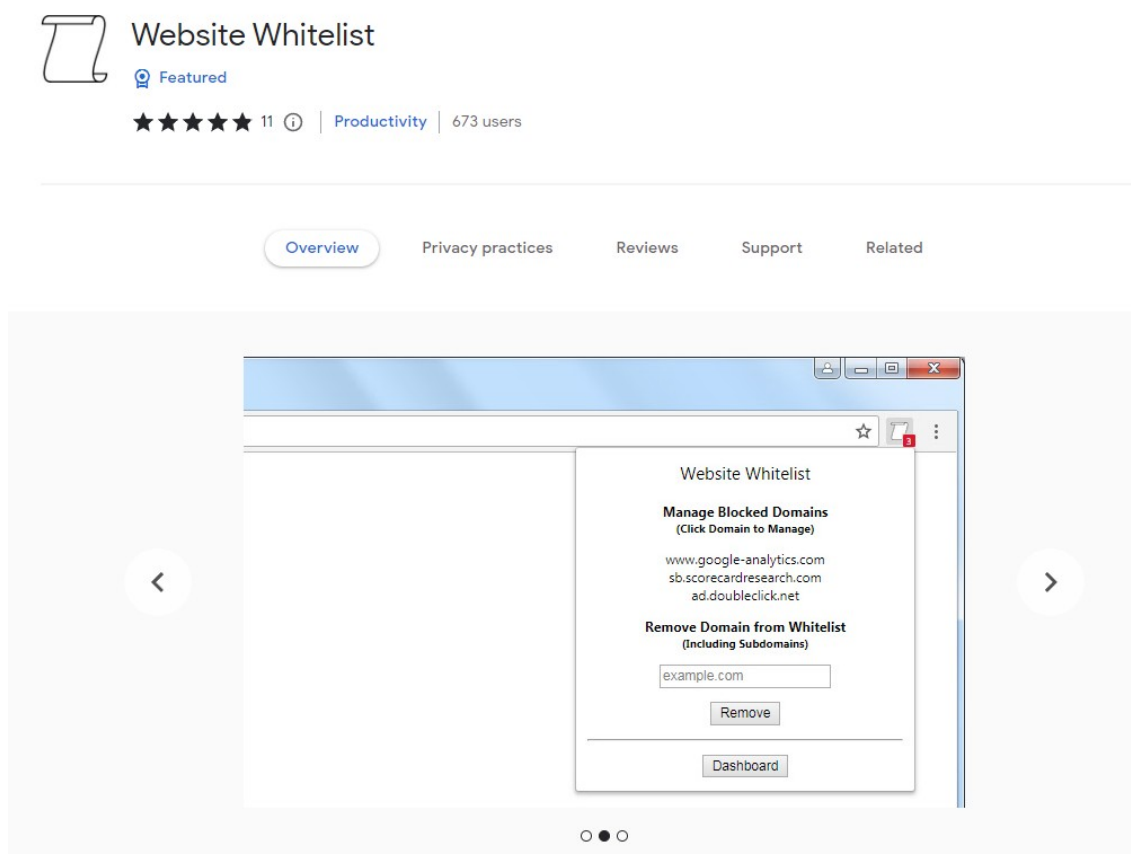


Figura 3 - Fonte:

<https://chrome.google.com/webstore/detail/website-whitelist/bmlipnlhfpjgmajlInnmdkl djmehahn?hl=en>

2.2.4 Domain Whitelist

Un sistema di blocco degli annunci, che autorizza le richieste solo da un elenco di domini specificato dall'utente. Blocca tutte le richieste di siti web, quindi se vuoi visualizzare un sito particolare, devi autorizzarlo nella finestra pop-up. È il più piccolo sistema di blocco degli annunci al mondo, il suo codice sorgente è di soli 5 kB.

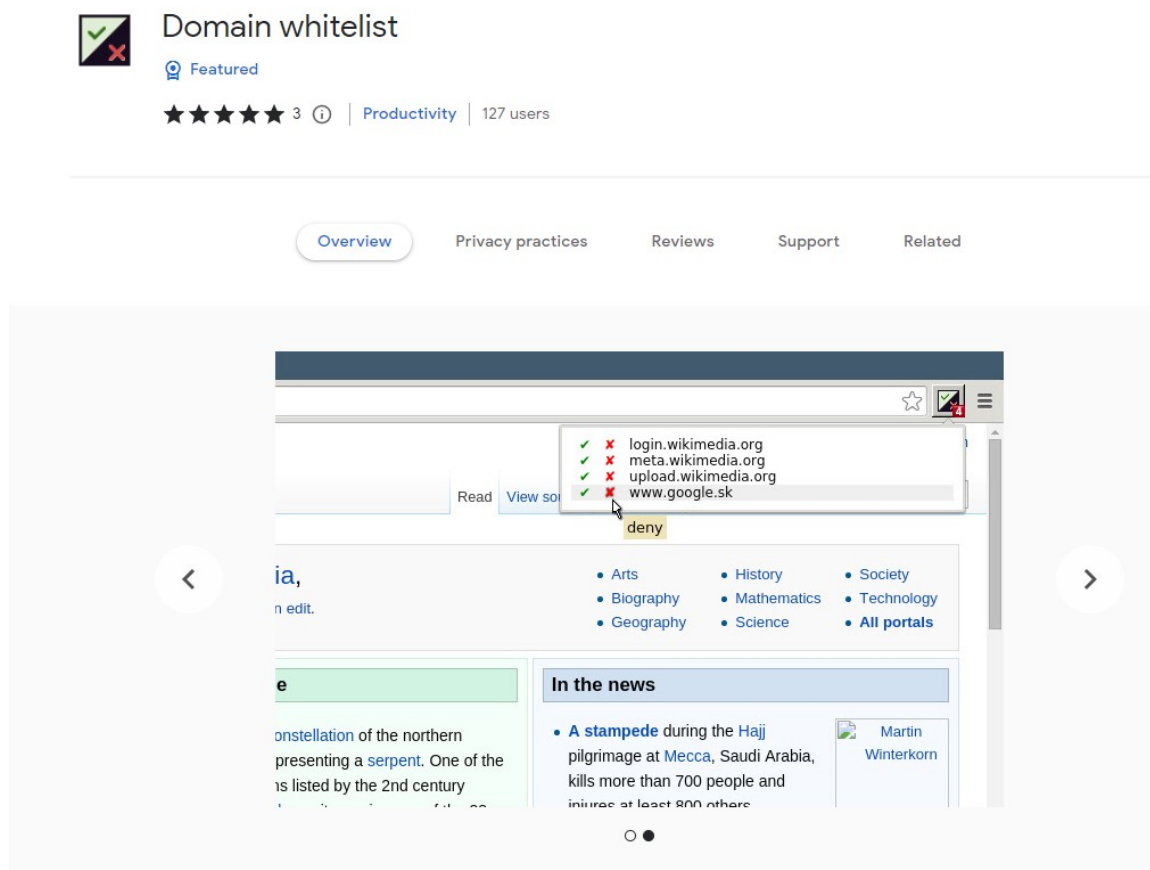
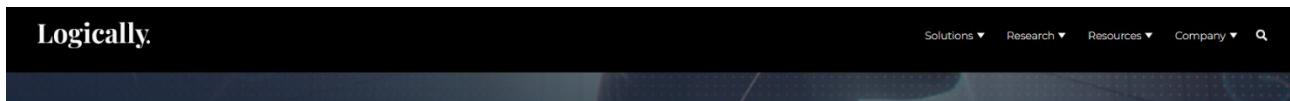


Figura 4 - Fonte:

<https://chrome.google.com/webstore/detail/domain-whitelist/pdfmaiycdceohdpbclfdidiobpfpdkda?hl=en>

2.2.5 Logically

Si tratta di un'estensione del browser e di un'applicazione mobile con cui verificare fatti e immagini. Ha una funzione di assistente di ricerca automatica, ma si affida anche a fact-checker umani. Lo strumento monitora più di un milione di domini e piattaforme di social media in tempo reale. Utilizza i dati raccolti per valutare la veridicità delle informazioni che appaiono online.



Follow Logically fact-checking on social media



Latest fact-checks



10/10/2022

BBC journalist Jeremy Bowen pretended to be under attack while reporting on Russian-Ukraine war.



07/10/2022

China produced more CO2 equivalent emissions than the entire western hemisphere in 2021.



07/10/2022

Qatar FIFA World Cup 2022 has released an infographic listing restriction on alcohol, loud music, and profanity.

Figura 5. Fonte <https://www.logically.ai/fact-check>

2.2.6 MediaBias Ratings

Si tratta di una piattaforma con cui puoi identificare le fonti delle notizie discutibili e di quelle che ti sembrano complottiste. La piattaforma dispone di oltre 5.000 fonti giornalistiche e di media nel suo database, che si espande ogni giorno. Puoi verificare la fonte inserendo il nome o l'indirizzo del sito web.

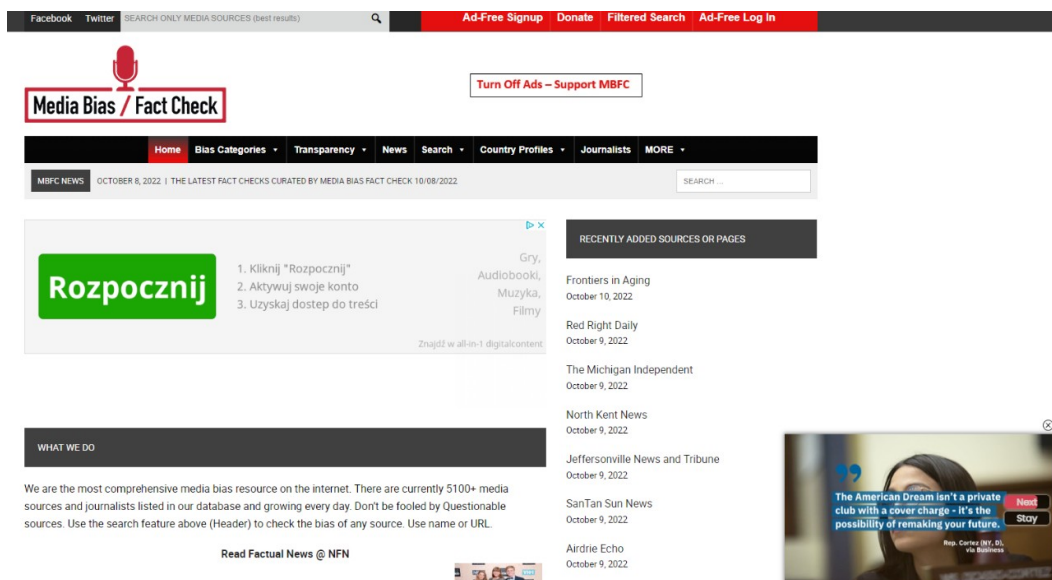


Figura 6 - Fonte: <https://mediabiasfactcheck.com/>

2.2.7 Snopes

Il sito web è stato creato nel 1994, per ricercare leggende urbane, bufale e folklore. Oggi è la piattaforma più anziana e più estesa per la verifica delle informazioni. L'analisi delle informazioni si basa su una serie di prove, con link alle fonti, in modo che tu stesso possa cercare le informazioni e sviluppare il pensiero critico formulando la tua opinione su un determinato argomento.

Snopes valuta gli articoli attraverso giudizi, quali: Vero, Miscellaneo, Per lo più falso, Falso, Non provato, Superato, Miscellaneo, Attribuzione corretta, Attribuzione errata, Scansione e Leggenda.

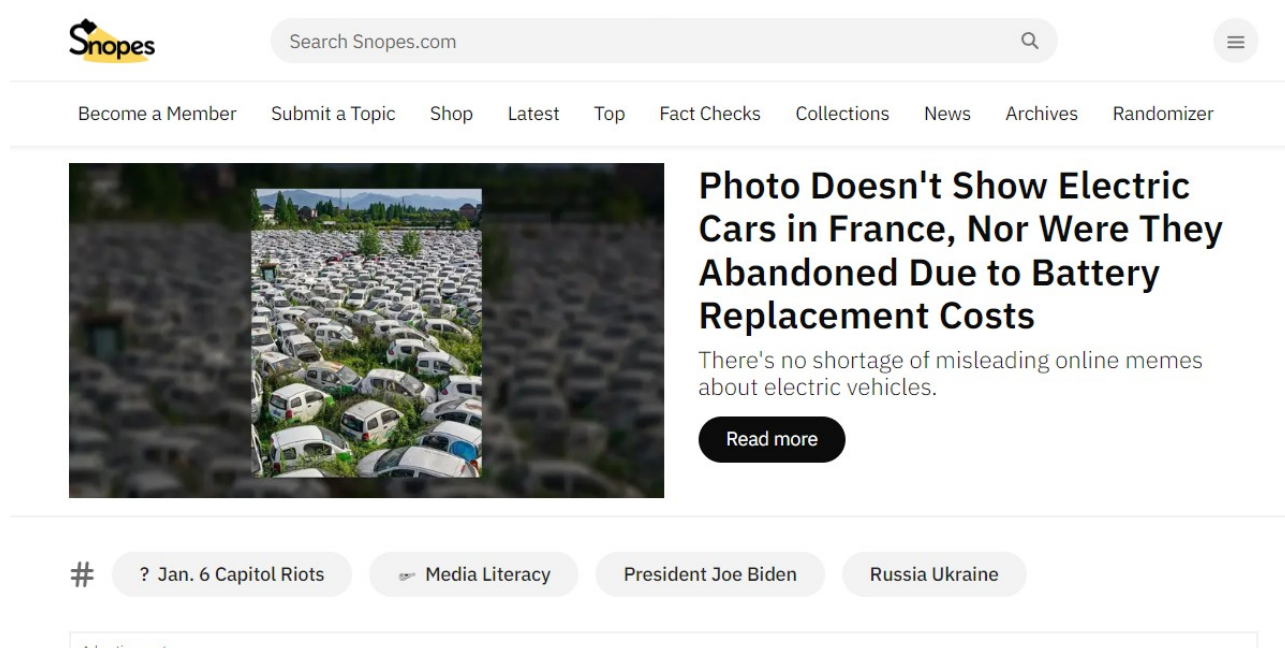


Figura 7 - Fonte: <https://www.snopes.com/>

2.2.8 FactCheck.org

Questo è un sito web dedicato principalmente alla politica americana. I giornalisti che verificano il materiale si concentrano sulle dichiarazioni dei politici.



Figura 8 - Fonte: <https://www.factcheck.org/>

2.3. STRUMENTI ONLINE PER VERIFICARE VIDEO E IMMAGINI

2.3.1 Google Reverse Image Search

Questo è probabilmente lo strumento più conosciuto per verificare i siti web alla ricerca di immagini simili a quella che ti interessa. Offre l'opportunità di verificare la fonte originale dell'immagine, nonché se è stata utilizzata in precedenza in un altro contesto, ad esempio in un altro articolo. Lo strumento è molto intuitivo, quindi chiunque può utilizzarlo. Puoi cercare un'immagine caricandola dal tuo computer, oppure digitando l'indirizzo dell'immagine. Sul sito web di Google Reverse Image Search, trovi anche una guida con informazioni dettagliate su come iniziare.

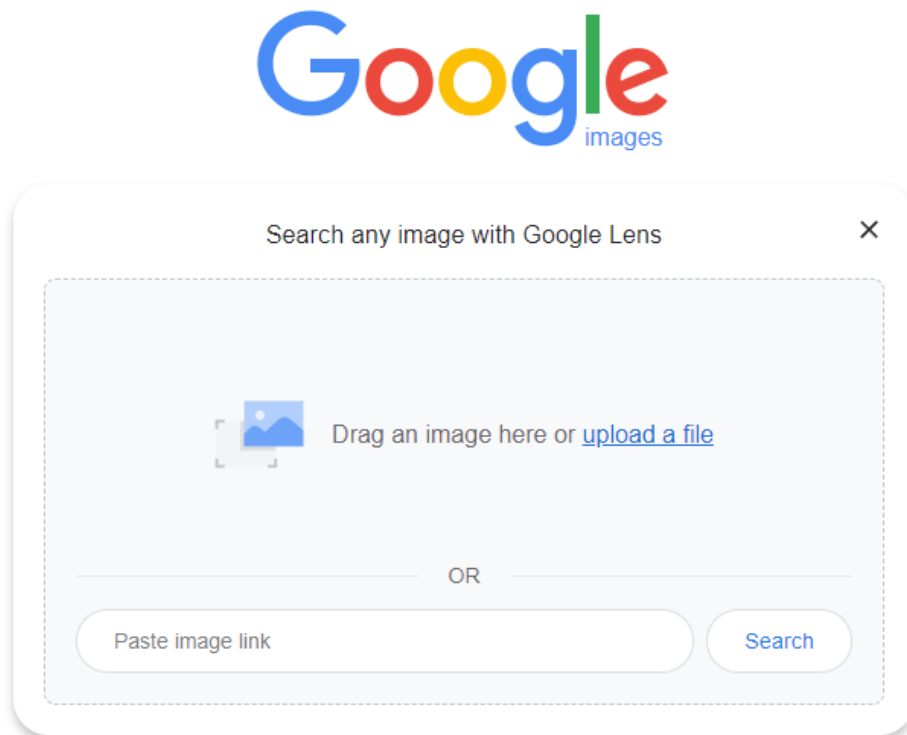


Figura 9 - Fonte: <https://www.google.com/imghp?hl=en>

2.3.2 TinEye

Questo strumento funziona in modo simile a Google Reverse Image Search. La ricerca avviene attraverso un'immagine da caricare sul tuo computer, o digitando un url. TinEye ha oltre 56,4 miliardi di immagini nel suo registro. Vale la pena notare che utilizzando questo strumento la tua immagine non viene salvata o indicizzata - la ricerca è privata e sicura. Inoltre, lo strumento dispone di un'opzione di ordinamento dei risultati che consente di confrontare facilmente l'immagine verificata con quelle visualizzate nei risultati della ricerca.

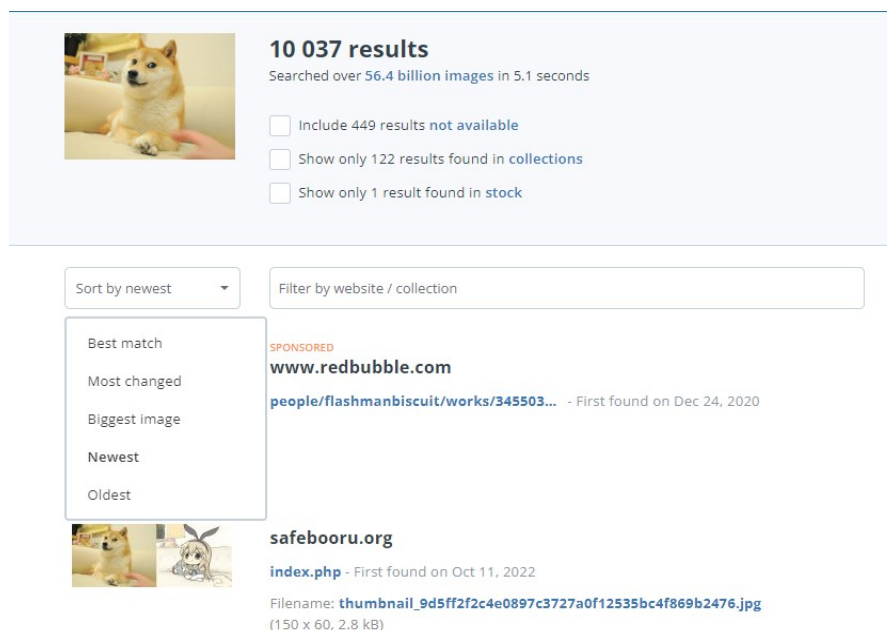
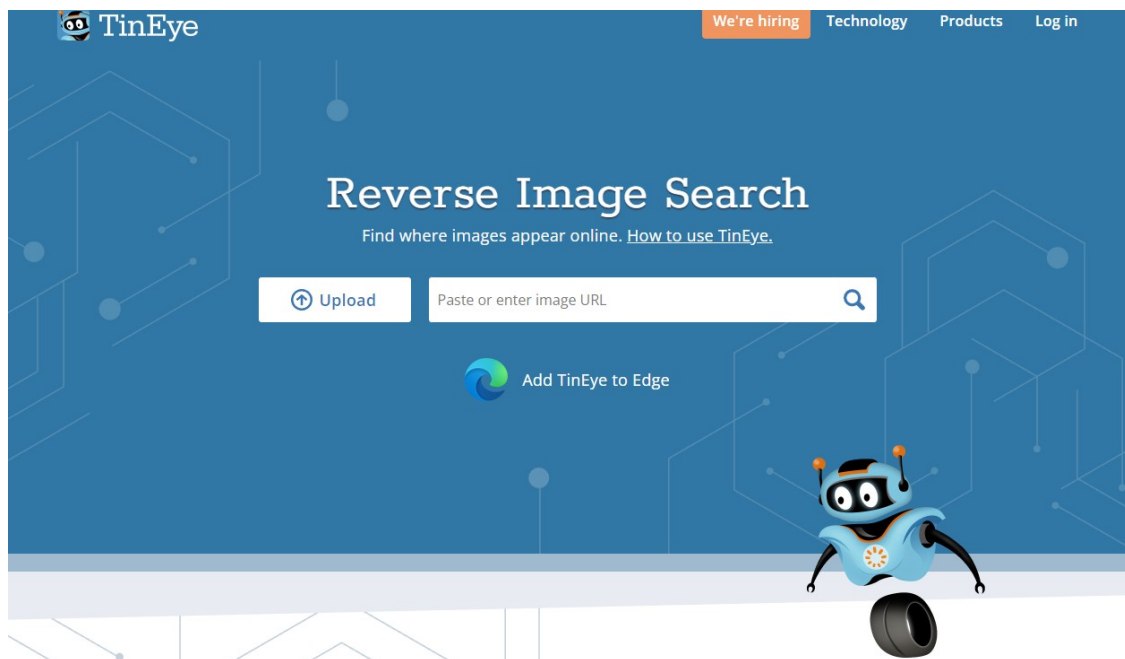


Figura 10 - Fonte: <https://tineye.com/>

2.3.3 Forensically

Un kit di strumenti per la verifica delle immagini digitali, che permette di individuare le incongruenze nelle immagini. Si compone di strumenti come:

- **Magnifier** (Lente d'ingrandimento) - ingrandisce le dimensioni dei pixel e il contrasto, consentendo di vedere i dettagli nascosti nell'immagine.

- *Clone detection* (Rilevamento cloni) - lo scopo di questo strumento è quello di evidenziare le regioni simili all'interno di un'immagine, il che è un indicatore del fatto che l'immagine è stata manipolata con lo strumento di clonazione.
- *Error Level Analysis* (Analisi del livello di errore) - questo strumento evidenzia che le regioni dell'immagine più scure o più chiare possono essere state manipolate.
- *Noise Analysis* (Analisi del rumore) - funziona meglio sulle immagini di alta qualità ed è utile per verificare le manipolazioni dell'immagine come l'aerografia, le deformazioni, le manipolazioni e la clonazione con correzione della prospettiva.
- *Level sweep* (Analisi dei livelli) - esalta il contrasto dei livelli di luminosità, rendendo visibili i bordi che sono stati inseriti quando il contenuto è stato copiato.
- *Luminance gradient* (gradiente di luminosità) - analizza il livello di luminosità di diverse aree della foto. Una foto le cui parti differiscono per colore, ma che si trovano ad angoli simili rispetto alla fonte di luce e all'illuminazione, potrebbe essere stata manipolata. Questo strumento viene utilizzato anche per controllare i bordi, che dovrebbero avere gradienti simili. Tuttavia, se i gradienti su un bordo differiscono dagli altri, anche questo indica una manipolazione.
- *PCA* - analizza i componenti principali dell'immagine, fornendo un'angolazione diversa dei dati dell'immagine, che a sua volta facilita la visualizzazione di eventuali modifiche subite dall'immagine.
- *Meta Dati* - visualizza i metadati nascosti dell'immagine.
- *Tag Geo* - indica la posizione GPS in cui è stata scattata la foto.
- *Thumbnail Analysis* (Analisi miniature) - mostra un'anteprima dell'immagine nascosta all'interno di quella originale, se esiste.
- *Analisi JPEG* - consente di estrarre i metadati dai file JPEG.

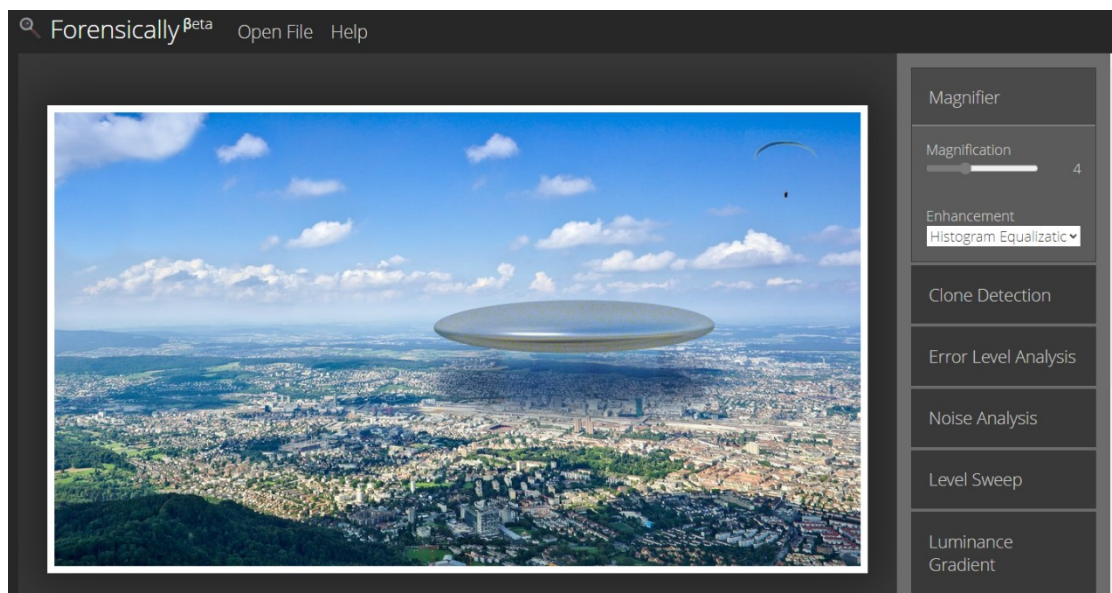


Figura 10 - Fonte: <https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier>

2.3.4 InVID

Un plug-in per il browser Chrome che permette di verificare i video da Facebook, Twitter e Youtube. Per farlo, è sufficiente digitare l'indirizzo del video. Lo strumento analizzerà il video e fornirà i metadati che contiene, come ad esempio i luoghi in esso presenti o quando il video è stato caricato. È importante notare che con InVID è possibile segmentare il video in fotogrammi, in modo che possano essere analizzati da strumenti di verifica delle immagini come Google, TinEye e altri.

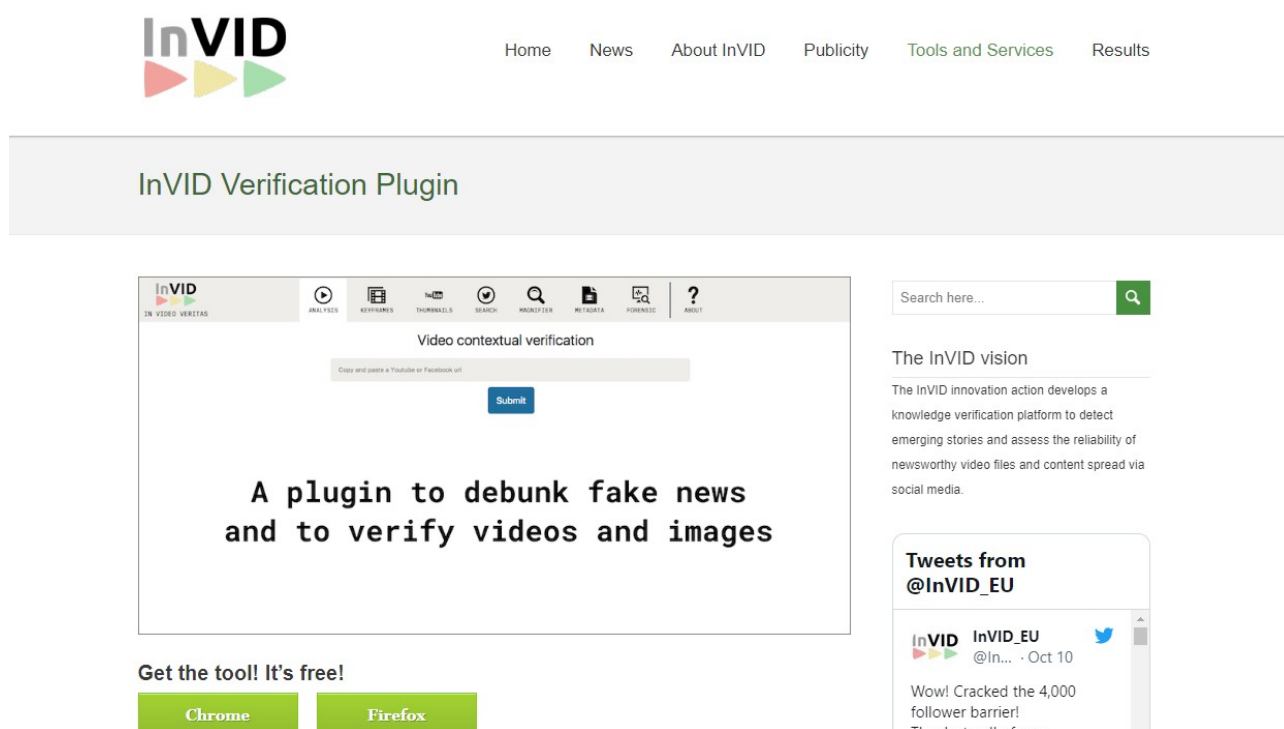


Figura 11 - Fonte: <https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>

2.4. STRUMENTI ONLINE PER I SOCIAL MEDIA

2.4.1 Social Fixer per Facebook

Si tratta di uno strumento creato per la pagina Facebook. Tutto quello che bisogna fare è scaricare e installare Social Fixer, che si integra nel browser. Dispone di molte funzioni che renderanno l'utilizzo del social network più semplice: puoi scegliere quelle che ritieni più utili. Di seguito ne elenchiamo alcune:

Filtrare il feed di notizie - una funzionalità di filtro che crea regole per elaborare i post nel tuo feed. Sei tu a decidere l'aspetto del tuo feed, con la possibilità di raggruppare i post in categorie. Puoi nascondere le storie per parola chiave, autore o applicazione. Non preoccuparti se non sai come creare i filtri: lo strumento ne ha di già predisposti che puoi aggiungere con un solo clic. Uno di questi, ad esempio, consente di nascondere gli annunci pubblicitari.

Nascondere i post già letti - un'altra funzione riguarda la possibilità di nascondere i post che hai già letto. Basta contrassegnarli come letti e la prossima volta non appariranno nel feed.

Nascondere parti della pagina che non desideri vedere - selezionando questa interfaccia dal menu, la pagina verrà visualizzata con aree contrassegnate che potrai nascondere per sempre. Basta cliccare su quelle che desideri nascondere. Naturalmente, è possibile anche tornare alle impostazioni e riattivare la visualizzazione della sezione selezionata.

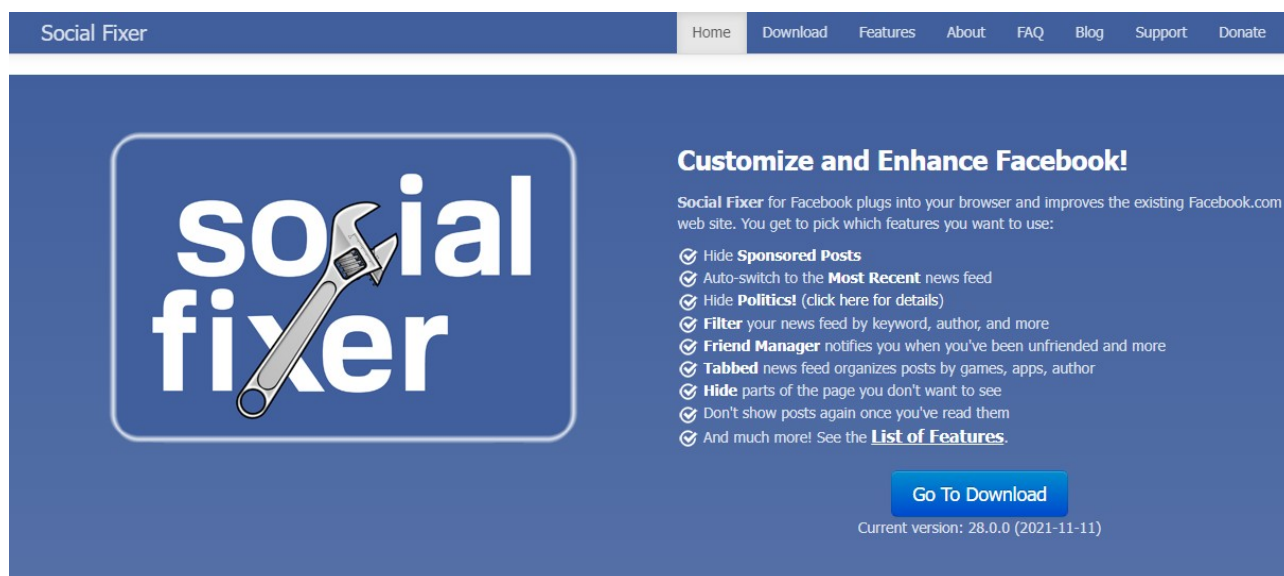


Figura 12 - Fonte: <https://socialfixer.com/index.html>

2.4.2 Hoaxy

Si tratta di uno strumento dedicato alla piattaforma Twitter. Esso mostra la diffusione degli articoli sul web, cercando informazioni a partire dal 2016. Segue i link condivisi a notizie che provengono da fonti poco attendibili e anche da organizzazioni indipendenti di fact-checking. A seguire trovi un tutorial sul suo funzionamento.

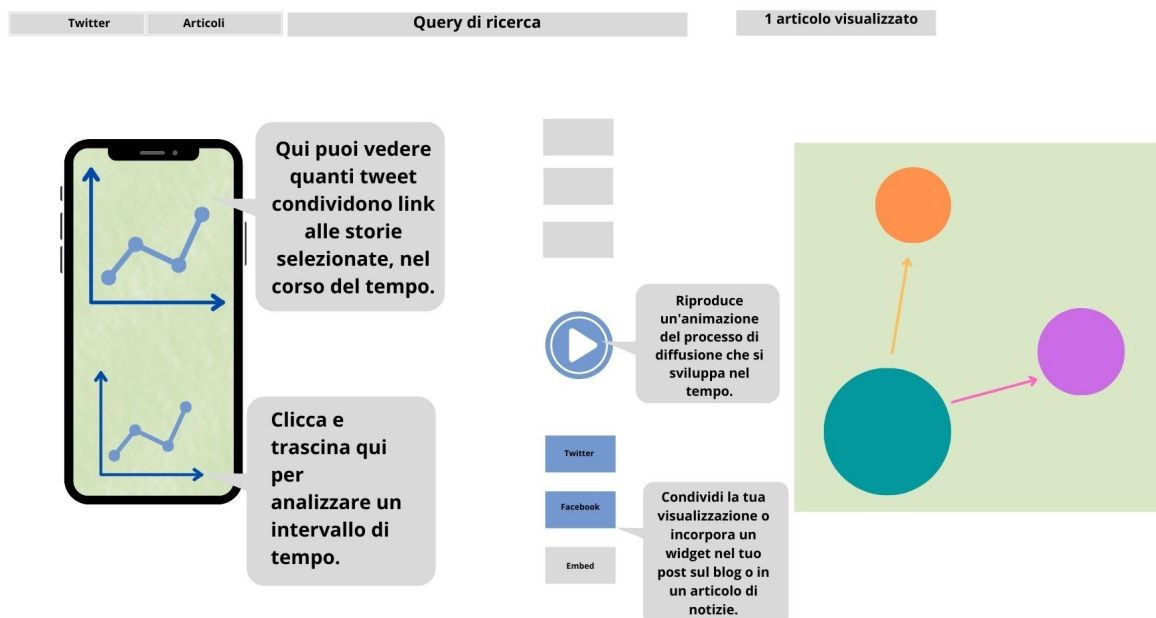


Figura 13 - Fonte: sviluppata da CWEP a partire da <https://hoaxy.osome.iu.edu/>

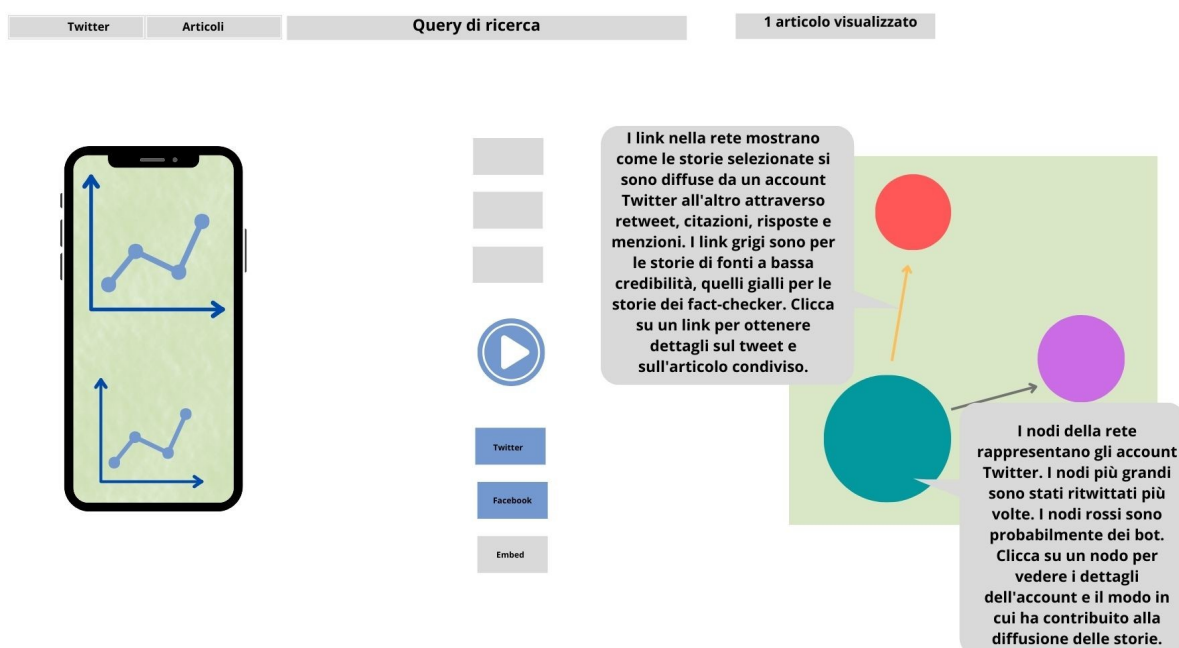


Figura 14 - Immagine sviluppata da CWEP a partire da
<https://hoaxy.osome.iu.edu/>

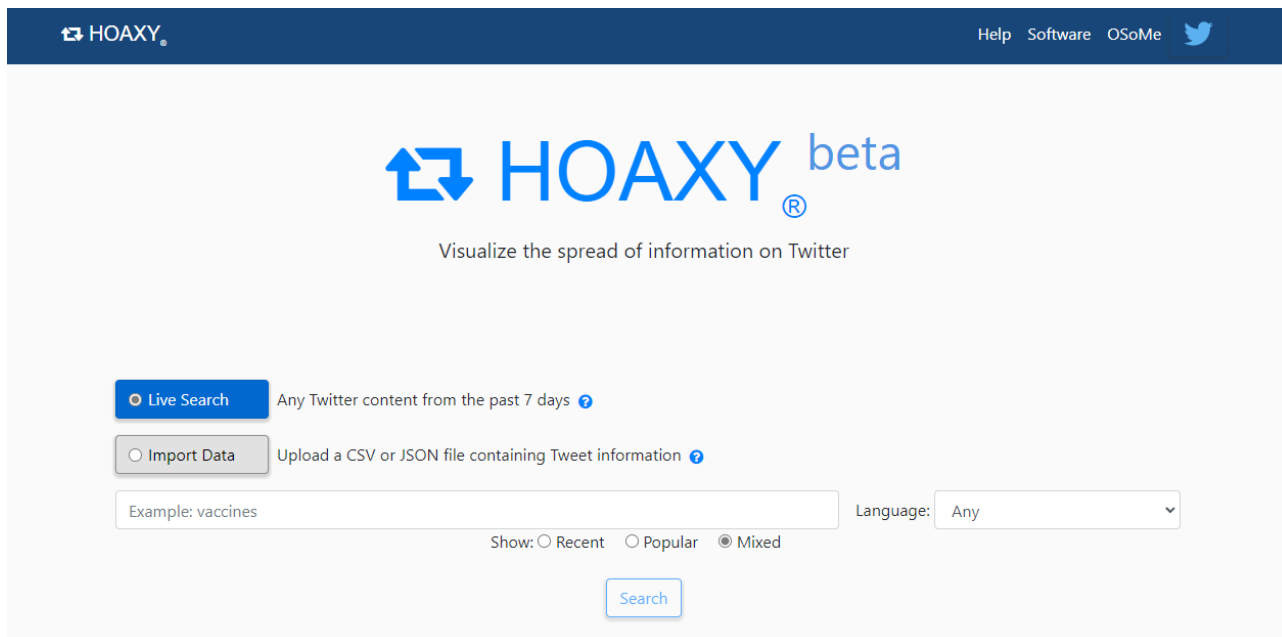


Figura 15. Fonte: <https://hoaxy.osome.iu.edu/>



2.4.3 TwitterTrails

Si tratta di uno strumento che si propone di combattere la disinformazione attraverso l'uso di un algoritmo che analizza la diffusione delle storie e la reazione degli utenti alla storia. Ad oggi, sono state raccolte e analizzate 627 storie utilizzando Twitter Trails.

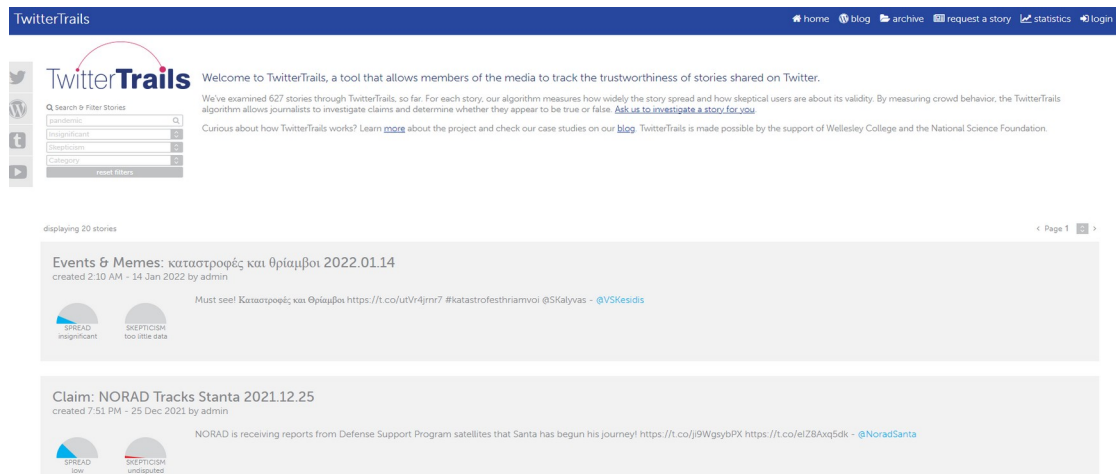


Figura 16 - Fonte: <http://twittertrails.com/>

2.4.4 BobSentinel

Una piattaforma per la verifica degli account Twitter. Utilizza la tecnologia di machine learning, classificando gli account con un'accuratezza fino al 95%. Bot Sentinel rileva i cosiddetti 'bot' analizzando i tweet ritenuti inappropriati dalle regole di Twitter. Gli account vengono valutati su una scala da 0% a 100%. Quanto più alto è il punteggio di un account, tanto più è probabile che l'account sia coinvolto nella diffusione di fake news ideate per provocare conflitti e caos.

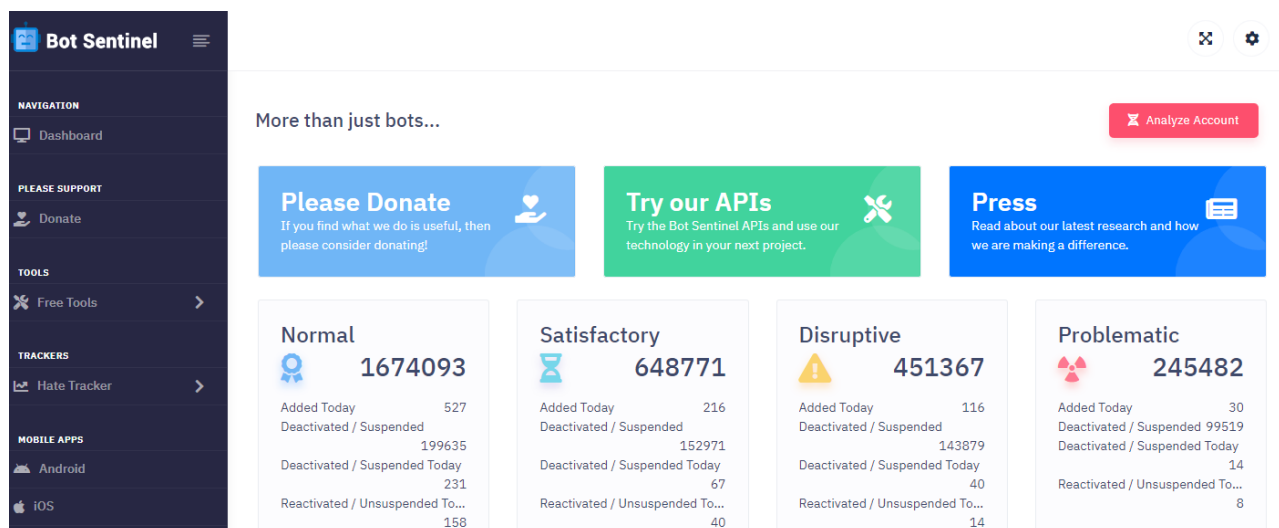


Figura 17 - Fonte: <https://botsentinel.com/>

2.5. STRUMENTI ONLINE PER ALLENARE E SVILUPPARE LA CAPACITA' DI RICONOSCERE LE FAKE NEWS.

2.5.1 Factitious

Con questo strumento è possibile migliorare la propria abilità nel riconoscere le informazioni false, grazie a un gioco educativo. Il gioco si basa su tre fasi:

1. Leggere un articolo
2. Contrassegnare con una X se si ritiene che sia Falso
3. Contrassegnare con una V se si ritiene che sia Vero
- 4.

Puoi controllare la fonte dell'articolo cliccando su di esso. Il gioco Factitious prevede tre livelli di difficoltà: facile, medio e difficile.

Inizia con il più semplice e accumula punti per passare al livello successivo!

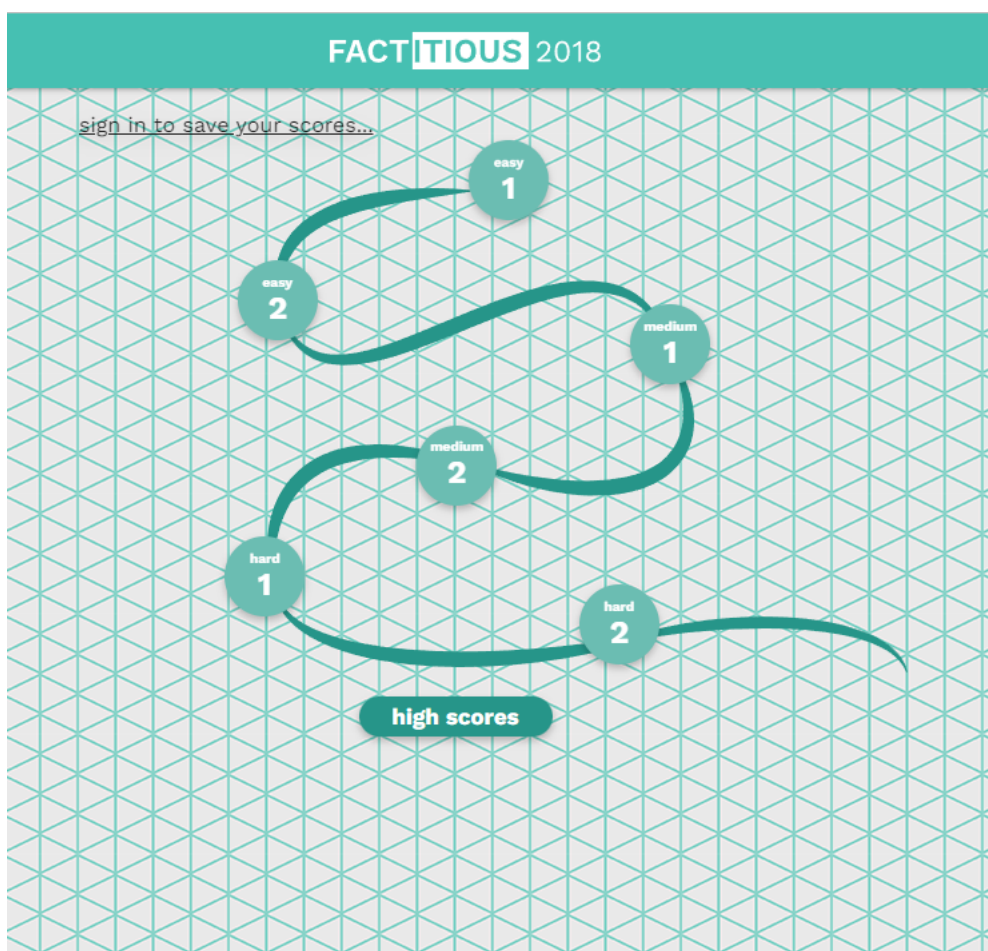


Figura 18 - Fonte: <http://factitious.augamestudio.com/#/>

2.5.2 Bad News

Il gioco consiste nel raccogliere il maggior numero di spettatori possibile, costruendo al contempo la falsa credibilità di un servizio di notizie.

È un gioco per sensibilizzare l'utente sulle tecniche utilizzate per manipolare e diffondere informazioni false. Utilizzando questo strumento, diventerai più sensibile alle false informazioni incontrate sui social media e saprai che non vale la pena divulgarle ai tuoi amici. Accrescerà anche la tua sicurezza nel riconoscere le tecniche di manipolazione. Il gioco è progettato per gli utenti dai 14 anni in su.

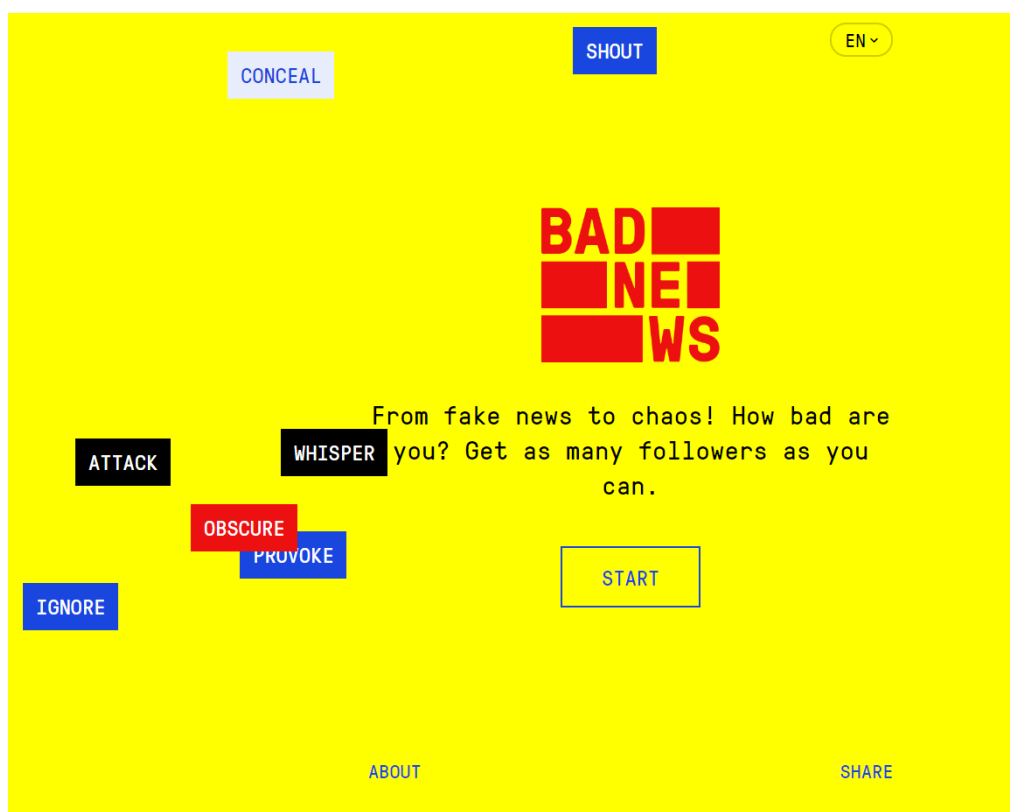


Figura 19 - Fonte: <https://www.getbadnews.com/en/intro>

3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE

Qui di seguito vengono proposte ulteriori risorse che possono essere utilizzate per approfondire le conoscenze relative al Modulo:

Video

<https://www.youtube.com/watch?v=yBU2sDIUbp8>

<https://www.youtube.com/watch?v=hB6qjlxKltA>

<https://www.youtube.com/watch?v=tRZ-N3OvvUs>

<https://www.youtube.com/watch?v=wJG7kFmS0FE>

<https://www.youtube.com/watch?v=nmgbFODPiBY>

4. BIBLIOGRAFIA

<https://adblockplus.org/en/>

<https://www.thefactual.com/>

<https://chrome.google.com/webstore/detail/websiteswhitelist/bmlipnlhfpjgmafjlnnmdkldjmebahnm?hl=en>

<https://chrome.google.com/webstore/detail/domainwhitelist/pdfmaijcdceohdpbclfdidiobpfpdkda?hl=en>

<https://www.logically.ai/fact-check>

<https://mediabiasfactcheck.com/>

<https://www.snopes.com/>

<https://www.factcheck.org/>

<https://www.google.com/imghp?hl=en>

<https://tineye.com/>

<https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier>

<https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>

<https://socialfixer.com/index.html>

<https://hoaxy.osome.iu.edu/>

<http://twittertrails.com/>

<http://factitious.augamestudio.com/#/>

<https://www.getbadnews.com/en/intro>



<https://whatsnewinpublishing.com/fighting-fake-news-5-powerful-and-free-tools-for-journalists/>

<https://www.rand.org/research/projects/truth-decay/fighting-disinformation/search.html>

<https://thetrustedweb.org/ai-powered-tools-for-fighting-fake-news/>



MODULO 7: #fake news – analizzare le notizie più diffuse sui social media

1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

1.1. OBIETTIVO DEL MODULO

Il Modulo intende aiutare le persone con minori opportunità (adulti poco qualificati, disoccupati, adulti a rischio di povertà) a **riconoscere** e **analizzare le fake news** più diffuse che si diffondono attraverso le **piattaforme social** e **Internet**. Per agevolare gli adulti nel raggiungimento di questo obiettivo, sarà presentata una panoramica dei diversi tipi di social media, nonché dei benefici e dei rischi derivanti dal loro utilizzo.

In aggiunta, il Modulo si sofferma sui principali ambiti in cui le fake news si diffondono sui social network e sulle piattaforme, fornendo alcuni esempi di fake news popolari.

Infine, il Modulo illustra **come individuare le fake news sui social media**, fornendo consigli pratici e spiegando come migliorare le competenze necessarie per identificare le fake news popolari.

1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO

Al termine di questo Modulo, lo studente avrà imparato a:

- essere consapevole dei vantaggi e dei rischi dei social media,
- identificare la veridicità o la falsità delle notizie che circolano sui social media,
- analizzare le fake news popolari sui social media,
- capire come affrontare le fake news popolari sui social media.

2. CONTENUTI DIDATTICI

I social media rappresentano a tutti gli effetti una fonte di notizie, dato che per informarsi oggi si tende spesso a preferire le piattaforme online dei social media piuttosto che le piattaforme dei media tradizionali. Proprio come è avvenuto per la televisione, che nel periodo tra gli anni '50 e '80 ha convertito le persone in spettatori di contenuti informativi, l'emergere dei social media ha trasformato una generazione in creatori di contenuti informativi.

Essendo una piattaforma partecipativa, che consente la creazione di contenuti da parte degli utenti e la loro condivisione all'interno della propria rete virtuale, l'utilizzo dei social media come fonte di notizie permette agli utenti di interagire con le notizie in vari modi, consentendo loro di:

- Fruire delle notizie
- Scoprire le notizie
- Condividere o ripubblicare le notizie
- Pubblicare le proprie foto, i propri video o i propri resoconti di notizie
- Commentare le notizie

L'utilizzo dei social media come fonte di notizie è diventato un modo sempre più diffuso per ottenere informazioni, sia tra gli adulti anziani che tra i giovani. Esistono modalità in cui i social media influiscono positivamente sul panorama delle notizie e del giornalismo, ma è importante riconoscere che esistono anche modalità in cui i social media influiscono in modo negativo sulle notizie che le persone ricevono, come le fake news, le informazioni di parte e i contenuti inquietanti. Per questo motivo, è fondamentale essere in grado di riconoscere la natura delle notizie che circolano sui social media e, nel caso capiti di incontrare una fake news, capire come affrontarla.

2.1. SOCIAL MEDIA NEWS: È VERO O FALSO?

Prima di scoprire come distinguere le notizie vere da quelle false in circolazione sui social media, vale la pena spendere qualche parola sul potenziale, le opportunità e i rischi dell'uso dei social media, nonché sul modello delle notizie nei diversi tipi di social media.

2.1.1 Potenzialità, opportunità e rischi dell'uso dei social media

In base alla definizione più conosciuta e accreditata proposta da Andreas Kaplan e Michael Haenlein, i social media sono "un gruppo di applicazioni Internet che si appoggiano alle basi ideologiche e tecnologiche del Web 2.0 e che consentono la creazione e lo scambio di contenuti generati dagli utenti."⁴.

Il **concetto** può essere sintetizzato affermando che i social media sono tecnologie interattive che facilitano la creazione e la condivisione di informazioni, idee, interessi e altre forme di espressione all'interno di comunità e reti virtuali.

La caratteristica principale è quindi l'**orizzontalità** nella creazione e nella diffusione dei contenuti, che si contrappone alla verticalità dei mass media classici. A differenza dei media tradizionali, infatti, nei social media tutte le persone coinvolte possono creare contenuti e diffonderli ponendosi sullo stesso piano.

L'uso diffuso dei social media ha portato cambiamenti non solo riguardo ai ruoli della comunicazione, ma anche alle modalità di comunicazione: non sono più messaggi unilaterali del tipo 'uno a molti', ma messaggi multidirezionali del tipo 'molti a molti' o 'peer to peer'. Il 'monologo' si trasforma in un 'dialogo' tra utenti e, di conseguenza, mittente e il destinatario si scambiano in un flusso continuo di ruoli, senza gerarchie.

I diversi tipi di social media sono accomunati dalle seguenti **caratteristiche**:

1. Sono applicazioni interattive basate sul Web 2.0
2. I contenuti sono generati dagli utenti, sotto forma di messaggi o commenti di testo, foto o video digitali e dati, e vengono generati attraverso tutte le interazioni online.
3. Gli utenti creano profili specifici per il sito web o l'applicazione, progettati e gestiti dall'organizzazione di social media.

⁴ "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media", 2010, Andreas Kaplan e Michael Haenlein.

4. Connettendo il profilo di un utente con quelli di altri individui o gruppi, si sviluppano network online.



Figura 1 - Immagine elaborata da TUCEP

Complessivamente, possiamo riassumere le quote dei siti web di social media più popolari al Gennaio 2022 come segue:

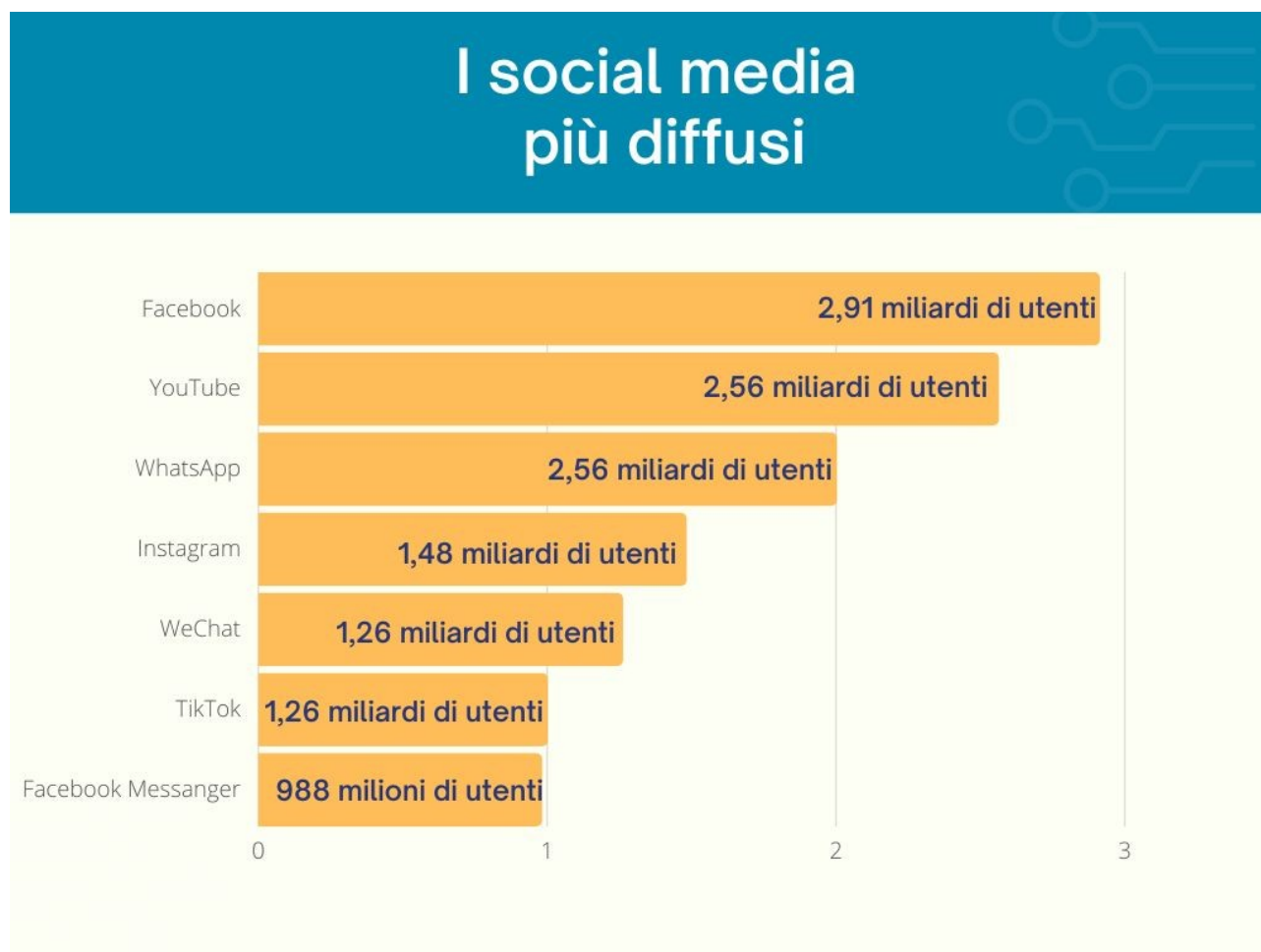


Figura 2 - Immagine elaborata da TUCEP

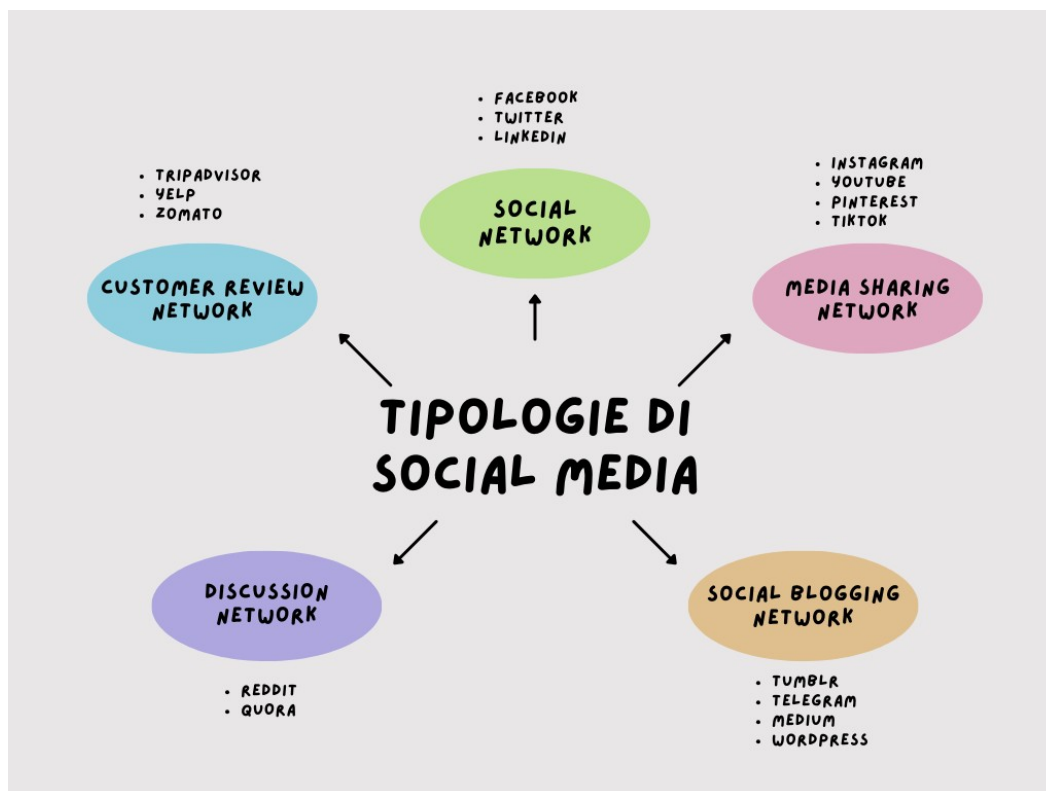


Figura 3 - Immagine elaborata da TUCEP

La suddivisione dei social media può basarsi sui servizi che offrono. I più comuni sono elencati di seguito con alcuni esempi:

◦ **SOCIAL NETWORK**

Lo scopo è condividere idee, opinioni e contenuti con altri utenti. Facebook e Twitter sono gli esempi principali, così come LinkedIn, anche se è destinato ad un uso professionale e quindi presenta caratteristiche che ne rendono più complesso l'utilizzo.

Di seguito, una breve descrizione dei social network più diffusi.

- **FACEBOOK:** molte persone utilizzano questa piattaforma per relazionarsi con la famiglia, con gli amici e con i brand. È possibile condividere aggiornamenti di stato, foto, video, link a contenuti e sondaggi.
- **TWITTER:** analogamente a Facebook, questa piattaforma viene utilizzata per pubblicare foto, video, link, sondaggi e altro ancora, incoraggiando una comunicazione concisa e diretta. La differenza più rilevante è rappresentata dalla lunghezza del messaggio: a differenza di altri social network, è possibile utilizzare solo 280 caratteri per ogni comunicazione.
- **LINKEDIN:** è un luogo ideale per i professionisti che desiderano stringere relazioni professionali, condividere informazioni, trovare nuovi posti di lavoro e reclutare nuovi candidati.

◦ **MEDIA SHARING NETWORK**

Questo tipo di social media viene sfruttato dalle persone per condividere contenuti multimediali come immagini, video e altri elementi. Gli esempi più significativi di media network sono:



- **INSTAGRAM:** è un'applicazione di condivisione multimediale online gratuita, in cui le persone possono pubblicare foto e video condividendoli con un gruppo selezionato di amici. L'applicazione consente agli amici di interagire inserendo commenti e like alle foto o ai video condivisi.
- **YOUTUBE:** è il secondo motore di ricerca più importante al mondo, nonché uno dei più utilizzati per la ricerca e la visualizzazione di video che spaziano su un'ampia gamma di argomenti.
- **PINTEREST:** è un sito incentrato sulla visualizzazione, che permette di condividere idee e prodotti creativi.
- **TIKTOK:** è una piattaforma di social media per la creazione, la condivisione e la ricerca di video della durata massima di 60 secondi. È una piattaforma utilizzata soprattutto dai giovani per esprimersi attraverso il canto, il ballo, la commedia e il lip-syncing.

◦ SOCIAL BLOGGING NETWORKS

Questi social network consentono alle persone di **condividere informazioni** riguardo a **notizie, eventi e argomenti attuali o rilevanti**. Affrontano anche temi importanti per il pubblico di riferimento. I social blog consentono di condividere informazioni in tempo reale, una caratteristica che hanno in comune con i social media. Le reti di social blogging sono una delle tipologie più particolari di social media, perché richiedono la creazione di contenuti regolari per la pubblicazione e un coinvolgimento continuativo degli utenti, che richiede più impegno rispetto ad altre piattaforme sociali.

Esempi di reti di social blogging sono:

- **TUMBLR:** è uno strumento di blogging e microblogging virtuale che consente agli utenti di condividere brevi contenuti testuali con elementi multimediali come link, immagini, citazioni, disegni, ecc.
- **TELEGRAM:** Oltre ad un'app di messaggistica, Telegram è uno degli strumenti emergenti per la creazione di canali pubblici o privati dove possono essere trasmessi in diretta audio/video e testi su un'ampia gamma di argomenti.
- **MEDIUM:** è una piattaforma di blogging creata dai co-fondatori di Twitter, con la stessa struttura ma dove le idee e le storie sono condivise senza il limite dei caratteri e non solo per gli amici, anche se l'accesso è solo su invito.
- **WORDPRESS:** è un sistema di gestione dei contenuti open-source che semplifica la creazione e la gestione di un sito web o di un blog che riguarda un'ampia gamma di argomenti. È utilizzato da chiunque voglia essere presente nel web condividendo notizie e informazioni.

◦ DISCUSSION NETWORKS

Attraverso queste piattaforme social, le persone di tutto il mondo hanno l'opportunità di confrontarsi con notizie, informazioni e opinioni su un'ampia gamma di argomenti o problemi, dalla finanza alla politica, fino alle notizie divertenti. Le persone visualizzano le discussioni sui contenuti e si uniscono alle discussioni per scoprire cosa commentano o dicono le persone. Gli esempi più noti di network di discussione sono:

- **REDDIT:** è un sito web di notizie social e un forum in cui i contenuti sono curati in maniera collettiva e valutati dai membri del sito attraverso il

voto. In effetti, il nome deriva dalle parole "I read it" (l'ho letto), perché si presume che le persone leggano le opinioni, i pensieri, le informazioni e le esperienze pubblicate e forniscano il loro feedback partecipando alla discussione.

- **QUORA:** è una piattaforma online internazionale per porre domande e fornire risposte su un'ampia gamma di argomenti. Il contenuto è generato dagli utenti, poiché sono le persone che utilizzano la piattaforma a creare, modificare e organizzare le risposte.

◦ CUSTOMER REVIEW NETWORKS:

Attraverso questa categoria di social media, gli utenti possono scoprire, condividere e recensire diverse informazioni su una molteplicità di **prodotti**, **servizi** o **brand**. Quando un'azienda gode di recensioni positive su questi network, aumenta la sua credibilità, perché le recensioni lasciate su questi canali rappresentano una prova concreta. Questi network offrono un ambiente agli utenti per recensire diversi tipi di prodotti e servizi che hanno usato. I migliori network di recensioni sono TripAdvisor, Yelp o Zomato.

Una sintesi sulle tipologie di social media, suddivise per finalità, è presentata nella tabella seguente:

SCOPO	TIPOLOGIA DI SOCIAL MEDIA	ESEMPI
Dibattiti e discussioni su un argomento e condivisione di opinioni su temi legati a Internet.	Forum di discussione	Reddit Quora
Guardare video	Piattaforme video	YouTube TikTok Facebook Storie e reels di Instagram
Creare comunità	Piattaforme di comunità	Gruppi Facebook Slack
Condividere brevi messaggi sia privati che pubblici della durata di 24 ore	Contenuti temporanei	Storie di Instagram Snapchat Storie di Facebook
Ascoltare discorsi in diretta su diversi argomenti	Piattaforme audio	Twitter Spotify Clubhouse
Trasmettere video in diretta organizzati da una singola persona o sotto forma di conferenze con numerosi relatori	Streaming in diretta	YouTube, Instagram live rooms Facebook live TikTok Twitch
Collaborare con i professionisti	Piattaforme di business	LinkedIn Twitter
Ricerca di informazioni e ispirazioni per un'ampia	Piattaforme ispirazionali	Pinterest, YouTube

SCOPO	TIPOLOGIA DI SOCIAL MEDIA	ESEMPI
gamma di argomenti (shopping, viaggi, sport, cibo, meteo, ecc.).		Instagram Blog
Trasmissione di notizie e informazioni	Piattaforme d'informazione	Telegram

2..1.2 Quali sono i vantaggi dell'uso dei social media?

È innegabile che al giorno d'oggi chiunque è presente su qualche piattaforma di social media, indipendentemente dall'età, dal sesso, dal background sociale e culturale o dallo stato di istruzione e occupazione. Adolescenti su TikTok, influencer, adulti e piccole imprese su Instagram e Facebook, o professionisti su LinkedIn: i social media sono la prima opzione che salta agli occhi quando si cercano opportunità di contatto e informazioni in qualsiasi campo.

In genere, le persone utilizzano i social media a livello personale per tenersi in contatto con gli amici e la famiglia allargata. Alcune persone utilizzano varie applicazioni di social media per creare un network di opportunità di carriera, trovare persone in tutto il mondo con interessi simili e condividere pensieri, sentimenti, intuizioni ed emozioni. Chi si impegna in queste attività fa parte di una rete sociale virtuale.

I social media sono inoltre uno strumento indispensabile per le aziende, che utilizzano le piattaforme per trovare e coinvolgere i clienti, per stimolare le vendite attraverso la pubblicità e la promozione, per valutare le tendenze dei consumatori e per offrire un servizio o un'assistenza ai clienti.

Se usati in modo intelligente, i social media possono portare molti vantaggi. Rappresentando la migliore opportunità di contatto con il pubblico di riferimento, queste piattaforme hanno tutte le carte in regola per migliorare la qualità della vita di tutti.



Figura 4 - Immagine realizzata da TUCEP

Ecco **alcuni vantaggi** dell'utilizzo intelligente dei diversi social media:

- **Costruire relazioni e rimanere in contatto.** I social media facilitano la ricerca di gruppi di persone che condividono la stessa mentalità o la nascita di nuove amicizie. Trovare una comunità amichevole può aiutarci a sentirci apprezzati e accettati. I social media sono anche un modo semplice per consolidare le relazioni esistenti con familiari e amici lontani, inviando messaggi, condividendo foto, telefonando o videochiamando in modo da rimanere connessi. Sui social media, è possibile raggiungere nuovi contatti e avviare relazioni anche con loro. Questo livello di connessione è un vantaggio unico dei media digitali.
- **Accrescere le proprie conoscenze.** Sui social media si discute di una varietà di argomenti, vecchi e nuovi. Leggere o partecipare alle conversazioni può far emergere temi importanti a cui prestare attenzione e di cui discutere con persone di fiducia. Inoltre, i social media offrono l'opportunità di aderire a gruppi specifici di un settore per partecipare alle discussioni, imparare e crescere.
- **Diffondere le notizie.** I social media sono uno dei mezzi più rapidi per diffondere notizie provenienti da tutto il mondo. Da un lato questo può essere sconvolgente, ma dall'altro consente di essere informati su eventi importanti. In più, i social media offrono l'opportunità a qualsiasi persona di promuovere e diffondere rapidamente la notizia di un evento o di un avvenimento, sia a livello locale che globale.
- **Apprendimento ed educazione.** I social media sono un luogo ideale dove tutte le persone possono trovare esperti, professionisti, tutorial e programmi di formazione per apprendere nuove abilità e conoscenze, nonché per migliorare le proprie competenze attraverso i corsi online gratuiti, i contenuti e i webinar offerti sul web. Molti influencer condividono liberamente le loro conoscenze per

contribuire alla crescita degli altri. È anche uno spazio ideale per le aziende, che possono pubblicizzare i loro servizi e prodotti.

- **Offrire/ricevere supporto.** I social media sono un ottimo strumento per sensibilizzare l'opinione pubblica su una causa importante o per sostenere altri che perseguono progetti importanti di interesse pubblico. Nella sfera privata, i social media sono uno strumento per offrire e ricevere sostegno per il lavoro che si sta svolgendo, come l'avvio di una nuova attività o la condivisione di progetti. Sono anche un mezzo per trovare contatti nel proprio campo di interesse, condividendo le proprie conoscenze e competenze e acquisendone di nuove.
- **Promuovere le competenze trasversali** come l'empatia. Quando le persone condividono cose personali o problematiche online, esiste l'opportunità di mostrare empatia sostenendo, incoraggiando gli altri e mostrando interesse per ciò che accade loro attraverso messaggi e commenti. Inoltre, osservare come gli altri superano le circostanze difficili può essere fonte di ispirazione e aiutare a vedere le cose da una nuova prospettiva.
- **Trovare la propria voce.** I social media offrono alle persone di tutte le età l'opportunità di sviluppare una piattaforma aperta a un vasto pubblico per condividere informazioni, notizie e opinioni. Questo aiuta le persone a costruire la fiducia in sé stesse, ad acquisire nuove abilità comunicative e a diffondere rapidamente messaggi importanti e positivi.

2.1.3 ...e i rischi?

L'elevata accessibilità, la velocità di diffusione delle informazioni e i costi ridotti rendono i social media il mezzo di comunicazione e di informazione più rapido e facilmente accessibile per tutti. L'avvento di nuove tecnologie alla portata di tutti e di una rete Internet accessibile, infatti, ha trasformato gli utenti da semplici fruitori di contenuti a produttori attivi degli stessi: tutti possono creare nuovi contenuti che chiunque può modificare, condividere e diffondere notizie a proprio piacimento.

Questo è uno dei motivi principali per cui i social media rischiano di diventare facilmente il veicolo di fake news create e diffuse da utenti senza scrupoli.

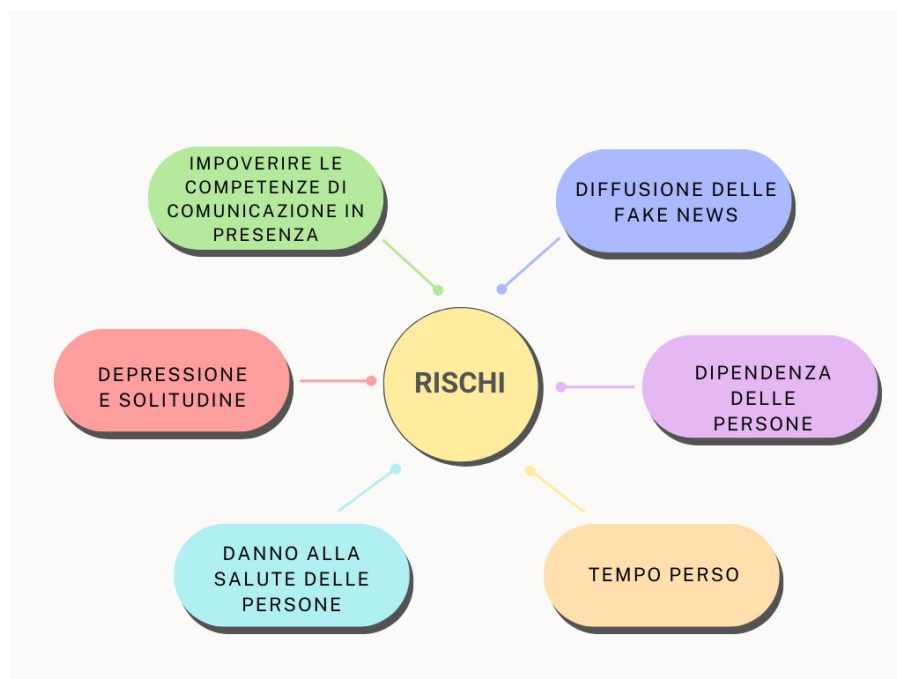


Figura 5 - Immagine elaborata da TUCEP

Se da un lato i social media hanno i loro lati positivi, come spiegato sopra, dall'altro c'è anche un aspetto negativo legato a diversi **rischi**, come di seguito indicato:

- **Riduzione delle capacità di comunicare di persona.** Poiché la maggior parte delle persone usa i social media per comunicare con gli altri, uno degli aspetti peggiori che deriva dal loro utilizzo è la riduzione della capacità di comunicare di persona. Tutti utilizzano i social media per interagire con gli altri e, di conseguenza, essi possono gradualmente compromettere la loro capacità di interagire di persona, capacità che include una serie di altre abilità personali. Molte esperienze dimostrano che le persone che comunicano sui social media non hanno imparato a interagire faccia a faccia e, di conseguenza, la comunicazione fisica diventa estremamente difficile per loro. In base a studi scientifici, tutto questo può aumentare le probabilità di essere affetti da bipolarismo e da altre patologie psicologiche.
- **Fake news.** I social media giocano un ruolo significativo nella diffusione delle fake news: le persone possono creare con facilità post contraffatti sui social media e condividerli con altri utenti in tutto il mondo, diffondendoli nei gruppi. Tra l'altro la mancanza di un sistema di verifica rende ancora più facile produrre notizie false su diversi argomenti e diffonderle sui social media. Anche altre persone possono condividerle e trasmetterle a loro volta, diffondendo notizie false in tutto il mondo.
- **Dipendenza.** Uno degli aspetti peggiori dei social media è la possibilità di diventarne dipendenti, e questo rappresenta il rischio più grave dei social media a livello globale. La maggior parte delle persone utilizza i social media così tanto da diventarne dipendente: tutti navigano costantemente nei propri feed di notizie e vi contribuiscono. La maggior parte delle persone sfoglia

costantemente i propri feed di notizie, sviluppando una dipendenza significativa, indipendentemente dall'età. L'introduzione dei social media nella vita delle persone ha favorito notevolmente la loro esclusione dalla comunità e dal mondo reale. Vivendo in una specie di bolla virtuale, in molti si rifugiano nei social media per evitare di vedere ciò che accade nel mondo reale intorno a loro, pensando di poter sfuggire alle conseguenze.

- **Perdere tempo.** Le persone utilizzano le piattaforme di social media per vari motivi: per rilassarsi, per scopi personali o professionali. Ma questa attività richiede una certa quantità di tempo, tenendo presente che quando si inizia a navigare o a scorrere i social media, il tempo passa così velocemente che non ce ne si rende conto. Senza voler demonizzare l'uso dei social media, è chiaro che utilizzandoli diventa molto facile sprecare tempo prezioso, che si potrebbe invece dedicare ad attività più produttive e salutari.
- **Danno per la salute** delle persone. I social media danneggiano anche la salute delle persone. L'uso eccessivo delle piattaforme di social media è stato correlato a una serie di problemi di salute. Le persone diventano sedentarie a causa dell'uso costante delle piattaforme di social media a tutte le ore del giorno e della notte. Questo favorisce un aumento dell'obesità, poiché sempre più utenti preferiscono trascorrere il tempo davanti ai dispositivi mobili piuttosto che camminare all'aperto o partecipare ad attività fisiche e giochi. Questo si riflette chiaramente sulla loro routine di salute quotidiana e li espone a vari disturbi pericolosi.
- **Depressione e solitudine.** Le persone che trascorrono troppo tempo sui social media spesso diventano depresse e solitarie. Infatti, soprattutto dopo la pandemia di Covid-19, i social media sono diventati il principale strumento di comunicazione interpersonale, alimentando la solitudine. A volte crediamo di avere una moltitudine di amici sulla base dei follower che intratteniamo sui social media, per poi scoprire che in realtà siamo molto soli.

Tra l'altro, la quantità di tempo che trascorriamo davanti ai dispositivi ha un impatto significativo sul nostro cervello: non genera solo depressione, ma anche altri sintomi di scarsa salute psicologica, dall'ansia e dall'insonnia allo stress cronico e alla mancanza di autostima.

2.1.4 Social media e notizie

Per poter individuare le fake news che circolano sui social media, è importante conoscere il significato del concetto di '**notizia**' e identificare gli elementi che consentono di apprezzarla.

Potenzialmente qualsiasi evento può essere una notizia e diventa tale quando attira l'interesse del pubblico: possiamo quindi dire che **ciò che rende un evento una notizia è il suo rapporto con il pubblico.**

A questo punto, sorge spontanea una domanda: quali sono le caratteristiche che rendono le notizie interessanti e, quindi, apprezzate dal pubblico?

Esistono dei criteri, chiamati "news values" (valori delle notizie), che ci permettono di valutare la potenzialità che una notizia ha di suscitare l'interesse e la curiosità del lettore/ascoltatore. Consideriamo alcuni di questi criteri:

- QUALCOSA DI NUOVO: se un evento si ripete con una certa frequenza e con le stesse caratteristiche, tanto da non essere più una novità, è improbabile che catturi l'interesse del pubblico, e perde popolarità.
- EVENTI ATTUALI che sono accaduti o sono stati scoperti di recente, tanto da creare la curiosità dei lettori. È un concetto importante su cui si basa anche la competitività di un prodotto editoriale/media.
- VICINANZA: più un evento è vicino ai lettori (in termini di geografia, psicologia, cultura, ecc.), più è probabile che attragga l'attenzione del pubblico e diventi potenzialmente popolare.
- DIMENSIONE: maggiore è la dimensione dell'evento, maggiore è l'effetto che può avere sul pubblico di lettori/spettatori.
- DRAMMATICITÀ: le notizie che evocano forti emozioni o impressioni creano la curiosità del pubblico molto più delle notizie noiose.
- CONSEGUENZE PRATICHE: le notizie che hanno un impatto diretto sulla vita quotidiana delle persone sono potenzialmente più popolari di quelle che non hanno alcuna relazione con la vita quotidiana (ad esempio, aumento del costo della vita, nuove normative che comportano cambiamenti nella vita delle persone, crisi economiche).

Al giorno d'oggi, i social media svolgono un ruolo fondamentale nella diffusione delle notizie. Infatti, uno degli aspetti più caratteristici della società odierna è la **velocità**, e questo vale anche nel campo dell'informazione: i social media sono diventati così comuni perché le notizie che propongono si diffondono rapidamente, vengono costantemente aggiornate e rappresentano uno strumento perfetto per tenersi aggiornati su ciò che accade in ogni parte del mondo.

Sebbene i social media abbiano portato dei cambiamenti positivi, non dobbiamo sottovalutare le conseguenze negative. La diffusione rapida e immediata delle informazioni non riguarda solo i contenuti considerati 'validi' o 'veri', ma anche le fake news che fanno cadere le persone nella trappola della disinformazione.

Una grande quantità di fake news circola sui social network e, anche se non tutte sono intenzionali, per alcune notizie vengono creati articoli con titoli inventati o attraenti al fine stimolare la curiosità dell'utente e portarlo a cliccare e aprire il link (fenomeno del click-baiting), generando audience e guadagnando visibilità.

Possiamo quindi affermare che l'avvento dei social media in relazione all'informazione è un'arma a doppio taglio.

Il vantaggio e lo svantaggio della circolazione delle notizie nei social media è la sua caratteristica principale, ossia la **disintermediazione**. Le informazioni vengono pubblicate e condivise sul web in tempo reale e senza alcun filtro o controllo, poiché ogni utente di Internet può potenzialmente essere un produttore di contenuti.

Questa libertà di creare contenuti attraverso i social media spinge le persone a sentirsi libere di esprimere i propri pensieri, opinioni, valori e stati d'animo senza dover subire conseguenze. Questo induce a informarsi con estrema leggerezza e a credere di avere

un'opinione attendibile su un determinato argomento di cui in realtà non si conosce nulla, semplicemente perché si sono letti degli articoli sui social media.

Quindi, su cosa si basa la credibilità di una notizia che circola sui social media?

La **credibilità** e l'affidabilità di un editore di contenuti online non è determinata dalle sue competenze o dalla sua esperienza come redattore o come professionista nel settore a cui la notizia si riferisce, ma dalla visibilità ottenuta grazie alla sua capacità di generare curiosità nei potenziali lettori.

A rendere difficile verificare se una notizia sui social media è affidabile e proviene da una fonte credibile, è la grande libertà di parola che consente di produrre un'enorme quantità di contenuti sul web.

In più, a differenza delle notizie pubblicate sui giornali tradizionali, le informazioni che circolano sul web e sui social media non sono soggette alla deontologia del giornalismo e non sono nemmeno controllate da sistemi di verifica delle fonti.

Tutto ciò rafforza l'affermazione del poeta e accademico americano Charles Simic, che ha definito il periodo storico in cui viviamo come 'l'Età dell'Ignoranza'⁵, *in cui siamo immersi nella disinformazione trasmessa attraverso strumenti come il web e i social media*.

2.1.5 Come riconoscere le fake news che circolano sui social media

Come illustrato finora, è incontestabile che le fake news trovino terreno fertile sui social media per vari motivi indicati nei paragrafi precedenti. Secondo il 'Router Institute Digital news report 2021'⁶ dell'Università di Oxford, che ha preso in esame circa 46 Paesi, la credibilità delle notizie lette sui social media rimane elevata e Facebook è stato riconosciuto come il principale produttore di fake news sui social media.

Per quanto la maggior parte delle persone affermi di sapere cosa sono le fake news e molti ritengano di essere in grado di distinguerle dalle notizie reali, sorge la domanda sul perché il fenomeno della disinformazione sia ancora diffuso.

La risposta si trova nel fatto che le persone confidano troppo nelle proprie capacità, ma in realtà non tutti sono in grado di distinguere le informazioni vere da quelle false che circolano sui social media.

Come possiamo riconoscere le fake news che si diffondono sui social media?

Poiché i social media sono una piattaforma pubblica dove chiunque può pubblicare qualsiasi cosa senza essere responsabile del fact-checking, è compito degli utenti distinguere la misinformazione dalla disinformazione. **Ciò che rende la misinformazione diversa dalla disinformazione è l'intento della persona o del canale che la diffonde.**

⁵ Age of ignorance, 2012, Charles Simic, New York Review of Books

⁶ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

MISINFORMAZIONE	DISINFORMAZIONE
La misinformazione è un'informazione falsa o imprecisa. È classificata come 'contenuto falso o fuorviante, che include bufale, teorie complottiste, notizie inventate, titoli che attirano l'attenzione e persino la satira'. La misinformazione NON HA lo scopo deliberato di ingannare. Ha invece lo scopo di plasmare o modificare l'opinione pubblica su un determinato argomento.	La disinformazione è una informazione mendace che HA lo scopo deliberato di ingannare, fraindendendo intenzionalmente i fatti. Può essere diffusa ricorrendo a molte delle tattiche della misinformazione: bufale, clickbait, notizie inventate. La disinformazione è creata per ingannare.

Ci sono diverse ragioni per cui gli account social di persone o anche di aziende possono diffondere informazioni fuorvianti. Si può trattare di aumentare l'efficacia del social media marketing, di incrementare il traffico online, di accrescere i follower della propria pagina o azienda, di provocare una reazione emotiva o di creare una distrazione.

La disinformazione può essere pericolosa sui social media, perché l'enorme quantità di informazioni e la durata della soglia di attenzione dei lettori permettono ai creatori di fake news di esercitare un controllo più ampio.

Chi vuole migliorare l'alfabetizzazione mediatica ed essere in grado di identificare le fake news, dovrà porsi alcune domande, come ad esempio:

- ✓ L'account che ha condiviso il post ha un interesse emotivo o professionale riguardo a queste affermazioni?
- ✓ Su cosa afferma di concentrarsi il contenuto?
- ✓ Le informazioni sono ragionevoli?
- ✓ È attendibile, o cita fonti attendibili?
- ✓ Perché la notizia è importante per il titolare dell'account che l'ha condivisa?

2.2. FAKE NEWS FAMOSE SUI SOCIAL MEDIA

I social media e le nuove forme di relazione associate ad essi sono diventati il luogo privilegiato per lo scambio di informazioni, opinioni, relazioni, ma anche per il lavoro e l'apprendimento. Attraverso le piattaforme digitali, le notizie vengono create e diffuse da chiunque, le relazioni private e pubbliche si trasformano e i fenomeni sociali e politici vengono influenzati in modo preponderante.

Al contempo, questi strumenti hanno dimostrato il loro potere nel trasmettere informazioni e notizie di interesse generale e nel riferire fatti di rilevanza pubblica con straordinaria rapidità.

Nel corso del tempo, ciò ha facilitato la proliferazione di fake news popolari in diversi campi e ambiti della vita pubblica e privata.

2.2.1 Ambiti più popolari

Quali sono gli ambiti in cui le fake news sono più frequenti e di conseguenza popolari?

Sulla base del Country Report elaborato a livello transnazionale dalle organizzazioni partner di MCRE, focalizzato sull'analisi delle fake news in sei Paesi dell'Unione Europea (Romania, Italia, Cipro, Polonia, Portogallo, Spagna), è emerso che i principali campi in cui circolano le fake news sono i seguenti:

- politica e governo,
- salute,
- ambiente,
- economia e affari,
- intrattenimento e sport.

2.2.2 Qualche esempio

Il flusso continuo di informazioni condivise in tempo reale ha trasformato i social media in un elemento fondamentale della nostra società e in un mezzo di informazione sull'attualità nazionale e internazionale. Grazie alla moltitudine di piattaforme social disponibili, tutti hanno l'opportunità di rimanere costantemente aggiornati in tempo reale sulle notizie e sui trend degli eventi politici attraverso contenuti di ogni genere, come articoli, post, video, live stream, tweet e messaggi condivisi da privati cittadini, giornalisti e istituzioni governative. In questo modo è possibile monitorare la situazione sul campo e i possibili sviluppi politici.

Nel campo della **politica**, ci sono innumerevoli esempi di fake news che sono circolate in momenti storici cruciali, sia a livello locale/nazionale che globale.

Guerra Russia-Ucraina

Sicuramente, l'esempio più recente riguarda il ruolo dei social media nel **conflitto tra Russia e Ucraina**: è stato il primo ad essere osservato non solo dai media tradizionali, ma anche dai social media, che hanno prodotto una comunicazione orizzontale e multidirezionale, in cui i governi e gli enti dialogano con la popolazione e contemporaneamente i cittadini dialogano con loro.

Dall'inizio della guerra, i social media sono stati un mezzo di comunicazione e di informazione, nonché di propaganda politica. Le notizie sul conflitto hanno sconvolto il mondo e, giustamente, hanno monopolizzato i titoli dei giornali, della stampa e delle piattaforme digitali.

Il flusso di informazioni non è più realizzato come in passato esclusivamente attraverso i media tradizionali (come la televisione, i giornali o la radio): non ci sono più solo le immagini scattate dai fotoreporter o i video dei reporter nelle aree di conflitto, ma ogni persona che si trova nell'area interessata dal conflitto può documentare ciò che sta accadendo semplicemente attraverso il proprio smartphone e poi condividerlo con il resto del mondo via Internet.

Infatti, piattaforme come Twitter, Instagram, TikTok e Telegram sono impiegate per raccontare la storia e l'esperienza vissuta in prima persona della guerra. A volte accade che i cittadini diffondano le notizie anche prima che i media raggiungano direttamente la scena, in modo da offrire i dati in tempo reale.

Questa caratteristica rappresenta **un rischio per l'affidabilità delle notizie circolanti sui social media**: da un lato, la comprensione della guerra e di ciò che sta accadendo è facilitata dai social media; dall'altro, essendo uno strumento nelle mani di chiunque, può essere **oggetto di propaganda e manipolazione, oltre che di disinformazione involontaria**.

Infatti, le informazioni, sia vere che false, si diffondono attraverso le piattaforme digitali molto più velocemente e gli eventi vengono ripresi in tempo reale.

La guerra in Ucraina rappresenta il momento in cui TikTok è diventato, per la prima volta, un social media leader nella formulazione del dibattito pubblico e dell'opinione pubblica. Questo ha generato un flusso di contenuti che sono stati condivisi e sono diventati virali, molti dei quali non sono stati verificati. È un caos in cui tutto appare decontestualizzato ed è difficile distinguere tra finzione e realtà. Tuttavia, questo è il funzionamento di TikTok: un flusso infinito di brevi video, accattivanti ma non particolarmente curati, in cui non appaiono solo i contenuti dei profili che si è deciso di seguire, ma tutto ciò che l'algoritmo della piattaforma identifica come interessante per l'utente.

Elezioni presidenziali USA 2016

Le elezioni presidenziali statunitensi del 2016 hanno ben dimostrato l'impatto della capacità di diffondere informazioni false attraverso le piattaforme social. Questo fenomeno sfrutta il potere dei social media, consentendo a chiunque di raggiungere un pubblico di milioni di persone con contenuti non controllati o verificati.

Quando si tratta di trovare notizie dirompenti, Twitter è la prima piattaforma che viene in mente: questo social media è stato infatti criticato per il suo ruolo nelle elezioni presidenziali degli Stati Uniti del 2016. Uno studio condotto dai ricercatori dell'Università di Oxford⁷ sostiene che Twitter era pieno di contenuti polarizzanti e cospiratori durante le elezioni presidenziali del 2016. I contenuti includevano link provenienti da fonti russe, WikiLeaks e notizie spazzatura. I contenuti utilizzavano informazioni fuorvianti per influenzare la comprensione dei lettori delle questioni pubbliche attraverso una retorica divisiva e infiammatoria.

Sebbene gli utenti dei social media abbiano condiviso molti contenuti politici, la quantità di notizie e informazioni politiche scritte da professionisti era costantemente inferiore alla quantità di notizie estremiste, sensazionalistiche, cospiratorie, fake news e altre forme di notizie spazzatura.

⁷ <https://www.courthousenews.com/wp-content/uploads/2017/11/social-media-report.pdf>

"Social media, News and Political Information during the US Election: was polarizing content concentrated in swing states?" - 28.09.2017

Di conseguenza, le fake news diffuse hanno creato un notevole disorientamento tra i lettori, che sono stati spinti a rispettare o odiare un candidato piuttosto che un altro sulla base di appelli spesso emotivi.

Covid-19

Durante la pandemia di Covid-19, l'uso dei social media come mezzo per reperire notizie è aumentato notevolmente. Una grande percentuale della popolazione ha cercato informazioni sulla pandemia attraverso Instagram, Facebook e Twitter. Le persone sentivano l'urgenza di capire cosa stesse accadendo nel momento irrealistico che stavano vivendo e sentivano il bisogno di tenersi aggiornate. Tuttavia, non potendo valutare se le notizie che circolavano sui social media provenissero da fonti autorevoli e affidabili, sono state vittime delle fake news e delle teorie cospirative che hanno trovato terreno fertile su innumerevoli piattaforme social.

La diffusione della disinformazione e di informazioni errate sul COVID-19 comporta ripercussioni molto gravi, mettendo a rischio la salute pubblica e influenzando direttamente la vita delle persone.

Le fake news che circolano dall'inizio della pandemia, mettendo in serio pericolo la salute delle persone, sono essenzialmente finalizzate a:

- promuovere prodotti e servizi contraffatti (ad esempio, falsi test Covid-19 e vaccini),
- incoraggiare un falso concetto di sicurezza (ad esempio, informazioni fuorvianti sui trattamenti),
- creare sospetti e generare dubbi sulle linee guida e sulle fonti ufficiali.

2.3. L'USO CRITICO DEI SOCIAL MEDIA PER EVITARE LA DIFFUSIONE DI FAKE NEWS

La possibilità offerta dai social media di sentirsi parte attiva dell'ecosistema informativo aumenta la responsabilità dei singoli utenti rispetto al loro comportamento 'social'. Gli utenti sono chiamati a fare un 'uso critico' dei social network, evitando di diffondere, senza controllo diretto, contenuti e messaggi di scarsa qualità e attendibilità. Questo per proteggere sia la credibilità dell'utente che, più in generale, la credibilità del sistema informativo.

Ciò che diciamo, i post che ci piacciono e i contenuti che condividiamo diventano parte del flusso di informazioni dei nostri contatti. Ognuno di noi è un 'media' e dovremmo sentirci responsabili delle nostre azioni e scelte in questi ambienti digitali. Essere pienamente consapevoli del nostro comportamento online può renderci migliori insieme e contribuire in modo positivo e costruttivo all'ecosistema dell'informazione.

Valigia Blu (Community di informazione Italiana), post del 20/10/2016

Poiché il mondo digitale e virtuale di oggi ci offre l'opportunità di partecipare attivamente, diffondere e creare contenuti, è importante acquisire le conoscenze, le attitudini e le competenze per riconoscere quando e quali informazioni sono

necessarie, dove e come ottenerle, come valutarle criticamente e soprattutto come utilizzarle eticamente. Questo insieme di conoscenze e competenze si chiama alfabetizzazione mediatica e informativa, secondo la definizione dell'UNESCO.⁸

Come è stato ampiamente illustrato in precedenza, al giorno d'oggi siamo sommersi da una moltitudine di notizie: alcune vere, altre false, altre ancora errate. Oltre a sviluppare competenze come il pensiero critico, possiamo imparare a distinguere quali notizie sono vere attraverso la pratica: ciò significa non accontentarsi di ciò che appare, ma fare domande, leggere con attenzione e cercare prove a sostegno di ciò che leggiamo.

Tutte le persone che utilizzano i social media giocano un ruolo importante nel prevenire la diffusione di fake news, assicurandosi che un contenuto sia affidabile prima di condividerlo. Quindi, cosa possiamo fare per riconoscere i contenuti falsi online? Quando è necessario fare un doppio controllo prima di condividere qualcosa online?

Non dobbiamo spingerci fino a screditare tutto ciò che arriva attraverso i social media, ma è necessario adottare **comportamenti** e **sviluppare competenze** che ci permettano di fare una valutazione corretta delle notizie che incontriamo, come spiegato di seguito.

Quando trovi una notizia che circola sul web attraverso i social media, prima di condividere o inoltrare il post o l'articolo è bene porsi alcune domande, come le seguenti:

Ho verificato la fonte? Si tratta di un argomento scottante o controverso? Chi legge il mio post potrebbe prendere una decisione importante sulla base di ciò che sto condividendo? Sembra 'troppo bello per essere vero'?

Per facilitare l'analisi di una notizia che circola sul web, può essere utile considerare le seguenti cinque domande:

WHAT, COSA? Ossia, che tipo di contenuti falsi?

Prima di credere o condividere qualcosa, è importante identificare se si tratta di un contenuto vero o falso. Tra i diversi tipi di informazioni false che vengono diffuse, i più rilevanti sono:

Bufale e fake news: Si tratta di notizie diffuse con l'intento di ingannare le persone. I motivi per cui queste notizie vengono diffuse possono essere vari: motivi politici, ideologici, intenzioni malevole di mettere in cattiva luce persone famose, guadagno finanziario e così via. Una bufala diventa 'mediatica' quando viene diffusa e amplificata dai mass media, intenzionalmente o meno, a causa di un insufficiente controllo delle fonti della notizia.

Truffe: Ci sono notizie o post che mirano a 'rubare' le informazioni personali o a indurre a cliccare su un link che scaricherà un malware sul computer.

Annunci: A volte ci sono annunci falsi, mascherati da contenuti reali, che possono trarre in inganno il lettore.

⁸ <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

WHO, CHI? Ossia, chi sta diffondendo questa notizia?

Gli adulti sono più propensi a credere al contenuto di una notizia se è stata condivisa da una persona di cui si fidano; quindi, bisogna sempre identificare la persona che l'ha pubblicata. Se la persona che ha condiviso la notizia non ha indicato la fonte, è possibile cercarla e non dare per scontato che la fonte sia un giornale, una rete televisiva o un sito di notizie online.

Una volta identificata la fonte, prova a scoprire chi è l'autore e perché potrebbe essere considerato una fonte valida per le notizie che sta diffondendo. A seconda del tipo di fonte, potresti effettuare i seguenti controlli:

- Sito web: verificare se l'indirizzo web indicato esiste o meno.
- Articolo scientifico o sulla salute: effettuare una ricerca sul nome dell'autore per verificare il risultato.
- Foto/articolo su qualcosa che sta accadendo in un determinato luogo: controllare se sono già state pubblicate altre notizie/foto su questo evento.

WHY, PERCHÉ? Ossia, perché la notizia è stata diffusa?

È importante identificare il motivo per il quale viene data una notizia: occorre ricordare che le notizie o i titoli sensazionalistici o stravaganti spesso mascherano le fake news. È necessario indagare attraverso domande guida, come ad esempio:

Vuole farmi ridere? Spaventare? Farmi arrabbiare? Utilizza parole o immagini cariche di emozioni per provocare un'emozione in me?

Inoltre, è importante ricordare che alcune fonti di fake news propongono storie con l'intento di indurre la speranza che siano vere, per poi spingere a cliccare e a diffondere le notizie: quindi bisogna prestare attenzione alle storie a cui si desidera credere.

WHEN, QUANDO? Ossia, quando la notizia è stata diffusa?

Molte notizie vengono pubblicate più di una volta: è possibile cercare la storia per vedere se è stata pubblicata in precedenza. Nel caso di una foto, è possibile effettuare una ricerca con la descrizione della foto per vedere se viene fuori qualcosa di precedentemente pubblicato.

Un altro segnale da prendere in considerazione per valutare l'affidabilità della notizia è da quanto tempo è attivo l'account della persona che pubblica la notizia. Se un account sembra essere nuovo o ha iniziato a postare di recente senza alcun precedente, è bene prestare attenzione.

WHERE, DOVE? Ossia, dove posso capire se si tratta di qualcosa di reale?

Sul web, ci sono metodi per capire se una notizia è reale o no:

- ✓ Per verificare le notizie online, è possibile consultare siti speciali che monitorano l'accuratezza dei dati, come www.factcheck.org www.snopes.com



www.poynter.org www.PolitiFact.com (a livello internazionale) e altri siti simili a livello nazionale.

- ✓ Per le immagini, è possibile effettuare una ricerca inversa su TinEye (www.tineye.com) dove si trovano informazioni su dove è apparsa l'immagine e vengono mostrate immagini simili per determinare se un'immagine è stata modificata.

In sintesi, senza dover necessariamente diventare un 'valutatore' o un 'fact checker', si possono seguire consigli utili per individuare se ciò che si legge è impreciso, errato o addirittura falso.

3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE

Qui di seguito vengono proposte ulteriori risorse che possono essere utilizzate per approfondire le conoscenze relative al Modulo:

Cosa sono i Social Media in un Inglese semplice – Creato da Rapid Learning Life.

<https://www.youtube.com/watch?v=jQ8J3IHhn8A>

Social Media: spiegazioni per principianti, con suggerimenti, storia, apprendimento, risorse.

<https://www.youtube.com/watch?v=ltoTvKPhgFk>

Le 10 piattaforme di social media più popolari nel 2023.

<https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms#:~:text=The%20latest%20statistics%20show%20that,are%20active%20users%20of%20Facebook>

I 25 vantaggi dei social media che è bene tenere a mente.

<https://www.youtube.com/watch?v=3zQtfnCdcNw>

Quali sono i pericoli dell'eccesso di condivisione sui social media?

<https://www.youtube.com/watch?v=e2xm5fc5MQk>

Fonti credibili: cinque consigli per determinare se la vostra fonte è credibile.

<https://www.youtube.com/watch?v=tdcmjPR7Ntw>

4. BIBLIOGRAFIA

“Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users” - <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<https://www.digitalvidya.com/blog/types-of-social-media/>

<https://www.webfx.com/blog/social-media/types-of-social-media/#:~:text=Reddit%20is%20a%20popular%20discussion,communities%20covers%20a%20different%20topic>

<https://giustocontatto.it/quando-un-tuo-evento-diventa-una-notizia/>

<https://www.culturedigitali.org/i-social-media-in-guerra-tra-informazione-e-disinformazione/>

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/guerra-il-ruolo-centrale-di-tiktok-per-informazione-e-fake-news/>

<https://www.jumpstartmag.com/top-fake-news-stories-on-social-media/>

Parkinson, H. J. Click and elect: how fake news helped Donald Trump win a real election. The Guardian (2016)



<https://www.europol.europa.eu/covid-19/covid-19-fake-news>

<https://www.indypl.org/blog/for-adults/fake-news>

<https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> How to spot fake news?, Eugene Kiely, Lori Robertson, pubblicato il 18 Novembre 2016

https://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/tip-sheet/tipsheet_false_content.pdf