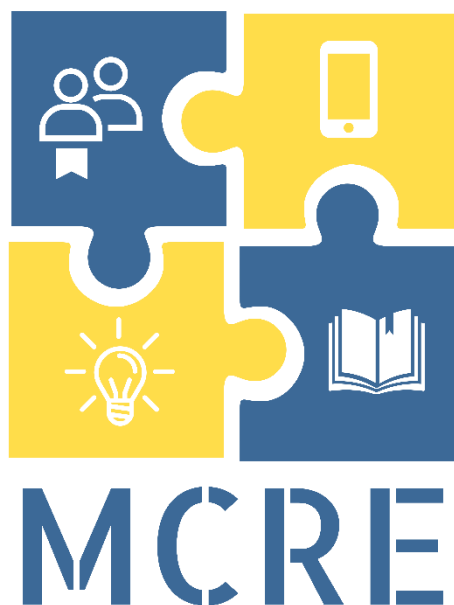




MODULO 4: Come analizzare le informazioni che riceviamo

Sviluppato da LOVILA

nell'ambito del progetto MCRE - Media literacy, critical viewing and CREative
vision as effective learning approach for people with fewer opportunities

INDICE

MODULO 4: Come analizzare le informazioni che riceviamo.....	1
1. SCOPO E OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO	3
1.1. OBIETTIVO DEL MODULO	3
1.2. OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO	3
2. CONTENUTI DIDATTICI	3
2.1. DOMINI INTERNET	3
2.2. COME IDENTIFICARE LE FONTI AFFIDABILI	6
3. LETTURE ULTERIORI PER APPROFONDIRE	24
4. BIBLIOGRAFIA.....	24

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.

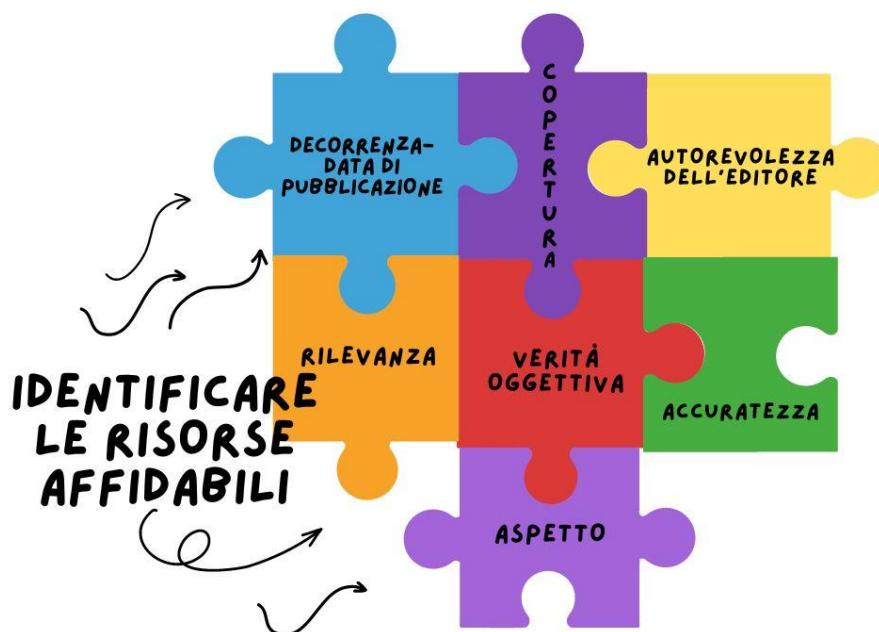


Figura 2 – Immagine elaborata da Lovila

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 esaurientemente, 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 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.

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. AUTOR (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



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/>
2. Library.nwacc.edu. 2022. *LibGuides: Lateral Reading: What is lateral reading?*. [online] Disponibile in: <https://library.nwacc.edu/lateralreading>
3. Sccollege.edu. 2022. *Internet Search*. [online] Disponibile in: <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>
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>
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>
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>
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