

yourself

Question what you get. Media education to fight Disinformation

Manuale didattico

Strumenti giornalistici per contrastare la disinformazione

Università dei Paesi Baschi (UPV/EHU), Iberika, Stimmuli, CESIE, X Liceum, Maldita.es



Co-funded by
the European Union

Indice

1.	INTRODUZIONE	4
2.	Anatomia di un problema: la disinformazione nell'UE.....	6
2.1.	Costruire ponti: DigCompEdu e le linee guida dell'UE contro la disinformazione	7
2.2.	Educare nell'era digitale: il ruolo dell'alfabetizzazione mediatica e informativa	9
2.3.	Come si affronta la disinformazione in Germania, Spagna, Italia, Polonia e Grecia	10
3.	Il punto di vista delle classi: cosa sappiamo sull'alfabetizzazione mediatica e sulla disinformazione?.....	11
3.1.	Il rapporto della popolazione studentesca con la disinformazione	11
3.2.	Il rapporto della popolazione studentesca con l'alfabetizzazione mediatica	11
3.3.	Il rapporto del personale docente con la disinformazione.....	12
3.4.	Il corpo docente e l'alfabetizzazione mediatica.....	13
3.5.	Come si informano le e i discenti?	14
4.	Ascoltare per agire: il punto di vista di persone esperte nel campo dell'alfabetizzazione mediatica e informativa	15
5.	Dall'università alla classe: una selezione degli strumenti giornalistici	17
6.	Imparare a osservare: le teorie del giornalismo per educare al pensiero critico	19
7.	Le risorse educative del progetto QYOURSELF.....	24
7.1.	Pensa come una/un giornalista! Un corso che presenta gli strumenti giornalistici fondamentali per individuare la disinformazione.....	24
7.2.	Prototipi di corsi nazionali pronti all'uso. Condivisione delle esperienze del personale docente ...	24
7.3.	Un approccio pratico: strumenti digitali per creare le proprie risorse	24
7.4.	QYourself in azione: la teoria applicata in classe.....	24

Appendice

Appendice 1. Ricerca documentale condotta in Germania, Spagna, Italia, Polonia e Grecia

Appendice 2. Costruire ponti: DigCompEdu e le linee guida dell'UE contro la disinformazione

Appendice 3. Risultati dell'indagine condotta tra il personale docente

Appendice 4. Risultati dell'indagine condotta tra i gruppi di discenti

Appendice 5. Interviste e tavole rotonde con persone esperte

Appendice 6. Analisi del piano di studi del corso di laurea in Giornalismo

Risorse educative

- Pensa come un\un giornalista. Un corso che offre strumenti giornalistici fondamentali per individuare la disinformazione
- Prototipi di corsi nazionali. Condivisione tra docenti delle proprie esperienze
- Un approccio pratico: strumenti digitali per creare le proprie risorse
- QYourself in azione: la teoria applicata in classe

1. Introduzione

QYourself è un progetto sull'alfabetizzazione mediatica e informativa che mira a **trasferire strumenti e conoscenze giornalistiche di base** al corpo docente in diversi contesti educativi **per contrastare la disinformazione**. Le nostre risorse didattiche sono state progettate in collaborazione con insegnanti, gruppi di ricerca e *fact-checker* (persone che verificano le fonti), affinché il corpo docente **possa integrare in modo semplice le tecniche giornalistiche nelle lezioni**.

Il progetto unisce **in modo strategico due ambiti fondamentali** e complementari per affrontare la sfida della disinformazione: il **giornalismo**, che offre strumenti teorici e pratici per riconoscerla e contrastarla, e **l'educazione**, al fine di applicare queste competenze in classe.

Durante il progetto abbiamo sviluppato le **Risorse Educative Aperte (OER) basate sul metodo giornalistico e progettate per essere integrate in diversi ambienti educativi** con l'obiettivo di sviluppare le competenze necessarie in un contesto di esplosione informativa in cui è difficile individuare fonti affidabili.

Le risorse comprendono **una serie di strumenti e conoscenze giornalistiche**, in modo che il corpo docente possa lavorare su aspetti chiave come **l'analisi delle fonti di informazione**, la **differenza tra informazione e opinione** o **l'individuazione degli elementi di una notizia**. Sulla base di questa proposta comune, **ciascun Paese partner - Germania, Spagna, Italia, Polonia e Grecia - ha creato la propria versione adattata alla propria realtà educativa** e l'ha applicata durante un corso di formazione a cui è possibile accedere gratuitamente attraverso questo manuale.

Inoltre, il progetto ha sviluppato **quattro corsi di formazione digitale rivolti al personale docente** sull'uso pedagogico dei social network, **la creazione di contenuti visivi con Canva**, la gestione di **aule virtuali con Moodle** e la produzione di **video didattici**, i cui materiali sono stati raccolti anche come risorse riutilizzabili in questo manuale.

Infine, sono stati documentati **esempi di svolgimento delle attività in classe** per mostrare come le e i docenti che hanno preso parte al corso si sono serviti delle strategie proposte in diversi contesti. Tutte queste risorse sono disponibili in sei lingue e sono state progettate per facilitarne l'uso, l'adattamento e la divulgazione nel mondo della scuola.

Il manuale fornisce informazioni sul fenomeno della **disinformazione nel contesto europeo**, nonché proposte avanzate dalle università per rafforzare **l'alfabetizzazione mediatica e informativa (MIL) negli ambienti educativi**. Offre inoltre informazioni sulla percezione che discenti e insegnanti hanno della disinformazione e dell'alfabetizzazione mediatica, sul consumo di informazioni da parte della popolazione studentesca e sui contributi di persone che lavorano nel settore, con l'obiettivo di offrire una visione

d'insieme delle sfide e delle strategie necessarie per affrontare in classe il problema della disinformazione.

Tutti questi contributi provengono da una **ricerca** condotta nell'ambito del progetto, alla quale hanno partecipato **un centinaio di discenti, insegnanti e figure esperte nel campo della disinformazione e dell'alfabetizzazione mediatica**. L'analisi ci ha permesso di individuare i bisogni educativi e di delineare **le strategie più efficaci**, prendendo sempre come punto riferimento il Quadro europeo per le competenze digitali del personale educativo (DigCompEdu) e il Codice di condotta europeo contro la disinformazione, consultabili nell'Appendice 2 del presente manuale.

Inoltre, il manuale presenta la **metodologia** che abbiamo utilizzato per progettare le nostre risorse educative. I contenuti teorici e pratici sono stati selezionati a seguito di un lavoro di revisione e adattamento del corso di studi universitario in giornalismo sulla base di tre criteri: **competenza e alfabetizzazione mediatica e informativa, metodo giornalistico e orientamento del personale docente**. Il personale docente troverà qui le competenze e i risultati di apprendimento che il progetto si propone di raggiungere, nonché le principali teorie della comunicazione e del giornalismo che saranno utili per riflettere sul fenomeno della disinformazione.

Il manuale si conclude con **le risorse educative aperte (OER)** prodotte durante il progetto, che saranno collegate agli **strumenti online di QYourself**, compresi gli spazi sui social media in cui il personale docente potrà discutere le sfide educative incontrate. QYourself sarà quindi utile per il corpo docente che desidera migliorare la capacità di riflettere sui media, allo scopo di consentire alla **popolazione studentesca di comprendere e servirsi delle informazioni che riceve in maniera più consapevole e responsabile**.

2. Anatomia di un problema: la disinformazione nell'UE

La **battaglia contro la disinformazione** è diventata **una priorità politica per l'Unione europea**, perché costituisce una minaccia per i valori fondativi dell'Unione e perché, insieme alla crisi climatica, rappresenta uno dei rischi più importanti per la **stabilità globale**.

Non è sempre facile riconoscere la disinformazione, perché spesso modifica la verità in modo plausibile, combinando informazioni false e verità. La Commissione europea dà la seguente definizione: la diffusione di contenuti falsi o fuorvianti con l'intento di ingannare o di ottenere vantaggi economici o politici e che potrebbero generare dei disordini nella comunità.

Sebbene non sia un fenomeno nuovo, l'era digitale permette una **diffusione senza precedenti** della disinformazione. Oggi, chiunque può creare, divulgare e condividere dei contenuti attraverso i social network o le app di messaggistica: uno scenario caratterizzato da un eccesso di informazioni e dalla disintermediazione che rende difficile individuare informazioni vere, genera incertezza e favorisce la polarizzazione.

Chi fa disinformazione spesso si aspetta un ritorno economico, ha degli scopi ideologici e degli obiettivi elettorali o serve degli interessi geopolitici. Punta a determinare dei cambiamenti strutturali nella sfera pubblica, **minando la fiducia delle persone nei confronti delle istituzioni democratiche**.

Le persone tendono a credere alla disinformazione per via di un insieme di **fattori cognitivi ed emotivi**. La disinformazione sfrutta le nostre emozioni più forti per manipolarci e diffondere i suoi messaggi. Una parte del nostro patrimonio umano è costituito dai bias cognitivi ed è per questo che tendiamo, ad esempio, a cercare delle informazioni che confermino le nostre convinzioni (**bias di conferma**). Gli algoritmi e i social network, che ci conoscono molto bene perché sanno che tipo di contenuti consumiamo, ce le servono su un piatto d'argento per rafforzare le nostre convinzioni.

Accedere a **informazioni di qualità** e conoscere la fonte da cui provengono è fondamentale, perché **le informazioni determinano le nostre decisioni e influiscono sui nostri rapporti con gli altri**. La scarsa qualità delle informazioni, invece, può indurci a prendere decisioni sbagliate o a trarre conclusioni errate: è proprio questo l'obiettivo di chi alimenta la disinformazione, e ogni persona contribuisce a questo fenomeno quando condivide tali contenuti, più o meno consapevolmente.

L'Unione Europea ha intrapreso un percorso per combattere contro la disinformazione, ad esempio, attraverso l'adozione del **Codice di buone pratiche sulla disinformazione della Commissione Europea**. Il documento costituisce quadro di riferimento pionieristico per il contrasto alla diffusione di informazioni false o fuorvianti. Pubblicato nel 2018, il Codice di buone pratiche è stato ulteriormente modificato nel 2022 ed è stato

successivamente approvato nel febbraio 2025 dalla Commissione e dal Comitato europeo per i servizi digitali come un Codice di Condotta sulla disinformazione nell'ambito del Regolamento sui servizi digitali.

Tra gli sforzi profusi dalla Commissione Europea per contrastare la disinformazione c'è la promozione dell'**alfabetizzazione mediatica e informativa**, definita dall'UNESCO come un insieme di competenze indispensabili per promuovere il pensiero critico in un panorama digitale in continua evoluzione. L'alfabetizzazione mediatica è un processo attraverso il quale le persone acquisiscono **le competenze necessarie per interfacciarsi con questo ecosistema mediatico**, tra cui la capacità di comprendere e utilizzare le informazioni che ricevono **in maniera più critica e responsabile**. È in questo contesto che il progetto QYourself mira a trasferire strumenti e conoscenze giornalistiche di base al personale docente in diversi contesti educativi al fine di contrastare la disinformazione.

I prossimi paragrafi prendono in esame tre aspetti chiave: l'importanza del Quadro europeo per le competenze digitali del personale educativo nella lotta alla disinformazione, le proposte volte al rafforzamento dell'alfabetizzazione mediatica e informativa in ambito educativo e le misure adottate in cinque Paesi dell'UE: Germania, Spagna, Italia, Polonia e Grecia. Tutte queste informazioni sono state raccolte nel corso di una ricerca documentale condotta dalle organizzazioni partner di QYourself. Per saperne di più sui contenuti della ricerca, ti invitiamo a consultare l'**appendice 1**.

2.1. Costruire ponti: DigCompEdu e le linee guida dell'UE contro la disinformazione

Il **Quadro di riferimento europeo per le competenze digitali del personale docente** (DigCompEdu) è un'iniziativa promossa dalla Commissione europea con l'obiettivo di fornire un quadro di riferimento comune in grado di descrivere le competenze digitali che ogni docente deve avere al fine di integrare la tecnologia nella propria attività didattica e migliorare l'insegnamento e l'apprendimento nel contesto digitale odierno. Il **quadro DigCompEdu** è stato sviluppato insieme ad importanti esponenti del settore dell'istruzione e della tecnologia proveniente da ogni parte d'Europa e oggi prevede 22 competenze digitali suddivise in sei aree tematiche:

1. coinvolgimento e valorizzazione professionale;
2. risorse digitali;
3. pratiche di insegnamento e apprendimento;
4. valutazione dell'apprendimento;
5. valorizzazione delle potenzialità delle e dei discenti;
6. favorire lo sviluppo delle competenze digitali delle e dei discenti.

Gli orientamenti per gli insegnanti e gli educatori volti a contrastare la disinformazione e promuovere l'alfabetizzazione digitale attraverso l'istruzione e la formazione (Commissione Europea, 2022) sono stati proposti nel 2020 e costituiscono una parte integrante del **Piano d'azione per l'istruzione digitale** (2021-2027). Queste linee guida sono progettate per consentire al personale docente di formare le abilità e competenze

digitali delle persone giovani. Le linee guida si basano su diverse iniziative chiave, come il **Piano d'azione contro la disinformazione**, il **Piano d'azione europeo per la democrazia**, il **Regolamento sui servizi digitali** e la **strategia aggiornata Better Internet for Children**.

L'alfabetizzazione digitale del personale educativo dovrebbe contribuire a contrastare la disinformazione, attraverso le competenze digitali che essi acquisiscono, sviluppano e insegnano. Prendiamo adesso in esame le principali aree tematiche intorno a cui sono raggruppate le competenze digitali di DigCompEdu per capire come contribuiscono a contrastare la disinformazione.

1. Il **coinvolgimento e la valorizzazione professionale** sono legate alla capacità di rimanere aggiornati sui problemi posti dalla disinformazione e partecipare a programmi di aggiornamento professionale volti a individuarli e ad affrontarli, nonché collaborare con colleghe e colleghi e altri individui che operano nel settore.

2. Le **competenze raggruppate sotto il termine "risorse digitali"** consentono l'uso, la creazione e la condivisione efficaci e responsabili di contenuti didattici digitali, che svolgono un ruolo cruciale nella lotta alla disinformazione. Il personale docente può **utilizzare o creare risorse digitali che insegnano a valutare criticamente le informazioni online, individuare le fonti più affidabili e riconoscere la disinformazione**.

3. Per contrastare la disinformazione, il personale educativo può progettare **attività che sviluppino il pensiero critico e le capacità analitiche**, in modo che le e i discenti possano distinguere tra informazioni veritiere e deliberatamente false.

4. Le competenze legate alla **valutazione** possono rispondere a questioni relative all'individuazione della disinformazione, alla valutazione della credibilità delle fonti e all'attuazione di strategie atte a contrastare la disinformazione.

5. **La valorizzazione delle potenzialità delle e dei discenti ha una funzione fondamentale per permettere loro di adottare un atteggiamento critico e responsabile nei confronti del loro modo di consumare e produrre informazioni online** è essenziale per contrastare la disinformazione. Il personale docente può promuovere l'autoefficacia fornendo gli strumenti e le strategie necessarie per muoversi con sicurezza nell'ambiente digitale.

6. Facilitando lo sviluppo delle **competenze digitali**, il personale docente può aiutare le e i discenti ad acquisire le abilità necessarie per riconoscere, resistere e contrastare la disinformazione online. Occorre, dunque, presentare strumenti e tecniche che consentono di verificare le informazioni, nonché comprendere le ragioni alla base della disinformazione e le ricadute che essa ha sulla società.

L'appendice 2 presenta alcuni obiettivi di apprendimento, strategie didattiche, attività pratiche e riflessioni tratte dagli **Orientamenti per gli insegnanti e gli educatori volti a contrastare la disinformazione e promuovere l'alfabetizzazione digitale attraverso**

l'istruzione e la formazione promossi dalla Commissione Europea che si riferiscono a questi sei ambiti di competenze digitali DigCompEdu per il personale educativo. In primo luogo, il documento mostra un grafico che stabilisce un legame tra i due documenti, con l'obiettivo di aiutare le e gli insegnanti a contestualizzare progetti e attività educative. Il documento presenta poi anche un'analisi SWOT dedicata a quattro gruppi specifici (persone anziane, adulte, migranti e giovani), basata sui punti di forza, sui punti deboli, sulle opportunità e sulle minacce che possono presentarsi quando si lavora con questi gruppi nel quadro stabilito da questi due documenti di riferimento europei.

2.2. Educare nell'era digitale: il ruolo dell'alfabetizzazione mediatica e informativa

La maggior parte degli articoli e degli studi presentati converge su un approccio simile. Le autrici e gli autori concordano **sulla significativa trasformazione digitale e sul suo impatto su vari ambiti della società, tra cui il settore dell'istruzione**. Pertanto, tali studi riconoscono l'importanza prioritaria dell'alfabetizzazione digitale e della formazione tecnologica e suggeriscono di inserirla

Viene posta una particolare attenzione alla **trasversalità dell'alfabetizzazione mediatica** e al suo rapporto con il **pensiero critico** che consente di lavorare sulla comprensione e sul dialogo tra discenti. Inoltre, si ribadisce con forza la centralità del ruolo dell'insegnante. Tuttavia, dagli studi emerge che una consistente parte del corpo docente possiede competenze digitali limitate. Pertanto, bisognerebbe promuovere degli interventi mirati per potenziare la loro formazione in ambito tecnologico.

In Grecia, ad esempio, nonostante sia diffuso il desiderio di migliorare la situazione attuale, il tradizionalismo in campo educativo ostacola ogni progresso verso una maggiore diffusione dell'alfabetizzazione mediatica. Nel caso dell'Italia, il basso livello di competenze digitali della popolazione desta preoccupazione, circa il 51% della popolazione attiva, infatti, non utilizza Internet o non è in possesso di competenze digitali di base. Al contrario, la Germania ha registrato dei miglioramenti significativi rispetto agli indicatori stabiliti nel 2021, in particolare dopo la pandemia di Covid-19.

Le organizzazioni menzionate hanno obiettivi e funzioni molto simili e, sebbene a volte sia difficile tracciare delle distinzioni tra loro, è possibile suddividerle in **due categorie distinte**. In primo luogo, ci sono quelli la cui missione principale è **verificare notizie e informazioni**, come *EFE Verifica* in Spagna e *Demagog* in Polonia. D'altro canto, esiste un secondo gruppo più ampio che si occupa di alfabetizzazione mediatica e la promozione del pensiero critico in contesti educativi come, ad esempio *KboM* in Germania, che si distingue ancora una volta, *Maldita Educa* in Spagna, *Karpos* in Grecia o *The Institute for Critical Thinking* in Polonia.

Dall'altra parte, il contesto descritto nella sezione precedente aiuta a capire perché l'Italia dispone di organizzazioni dedite soprattutto a colmare il divario digitale, come la *Cooperativa Sociale E.D.I. Educazione ai Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza*.

2.3. Come si affronta la disinformazione in Germania, Spagna, Italia, Polonia e Grecia

Innanzitutto è importante notare che **tutti i Paesi partner del progetto (Italia, Grecia, Polonia, Germania e Spagna) seguono una strategia coerente con il quadro di riferimento europeo**. La maggior parte di questi Paesi, ad eccezione della Polonia, ha già promulgato delle **leggi per regolamentare i problemi legati alla disinformazione**. Sebbene la Polonia non disponga ancora di leggi in materia, nel 2022 il Senato polacco ha evidenziato la necessità di emanarle. Inoltre, con la stessa eccezione, questi Paesi hanno stretto degli **accordi con aziende tecnologiche affinché regolamentino e rimuovano determinati tipi di contenuti**, come nel caso della Germania con la legge NetzDG dal 2017.

Benché tutti questi Paesi si sforzino per combattere la disinformazione, la Germania sembra aver compiuto maggiori progressi in questo senso; al contrario, la Polonia occupa una posizione molto diversa. Ogni Paese ha adottato approcci differenti per affrontare il problema, ad esempio: l'Italia si sta concentrando **sull'alfabetizzazione mediatica e sull'attuazione di nuove politiche educative**, una strategia condivisa da altri Paesi come la Polonia e la Germania con i rispettivi programmi Open Educational Network. La Germania si distingue per la sua capacità di collaborare con **personale esperto e piattaforme social per contrastare e prevenire la disinformazione**. D'altro canto, la Grecia ha introdotto delle leggi e promosso l'industria audiovisiva, sebbene il governo sia stato criticato per le possibili minacce per la libertà di espressione.

È importante sottolineare che alcuni Paesi ritengono che il problema della **disinformazione sia una questione di sicurezza nazionale**. In Spagna, ad esempio, sono alcune agenzie e organismi del sistema di sicurezza nazionale che si occupano di tali problemi; allo stesso modo, anche la Polonia ha proposto di introdurre specifiche politiche di sicurezza.

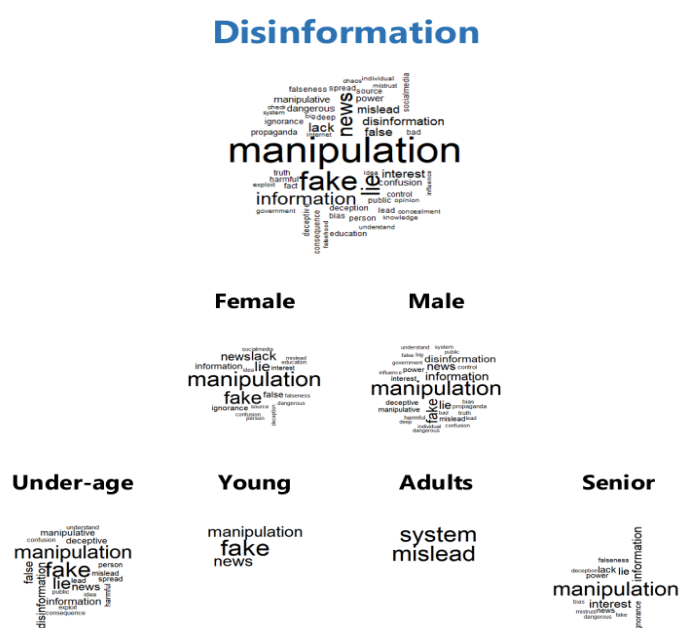
3. Il punto di vista delle classi: cosa sappiamo sull'alfabetizzazione mediatica e sulla disinformazione?

Per prendere in esame le rappresentazioni sociali dei termini disinformazione e alfabetizzazione mediatica, è stato chiesto a discenti (**appendici 3**) e insegnanti (**appendici 4**) di cinque Paesi (Germania, Grecia, Italia, Polonia e Spagna) di scrivere le prime quattro parole che venivano in mente per descrivere questi termini¹.

3.1. Il rapporto della popolazione studentesca con la disinformazione

La popolazione studentesca associa alla disinformazione parole come manipolazione, falso, bugia, interesse, fuorviare e notizia. La vedono come un fenomeno pericoloso, mosso da interessi nascosti e il cui obiettivo è quello di ingannare presentando le informazioni false come veritiere. Rappresenta, quindi, una minaccia alla possibilità di accedere a informazioni affidabili e di prendere decisioni consapevoli.

Figura 1. Rappresentazione sociale della disinformazione (corpo studentesco).



3.2. Il rapporto della popolazione studentesca con l'alfabetizzazione mediatica

All'alfabetizzazione mediatica, invece, la popolazione studentesca associa termini come informazione, critica, media, social media, analisi, libertà e fonte. Emerge, quindi, una visione olistica in grado di combinare competenze pratiche (analisi e valutazione di informazioni e fonti) e una consapevolezza del ruolo dei media e della libertà di

¹ All'indagine hanno preso parte 96 discenti (59,4% donne, 40,6% uomini; 30,2% sotto i 14-17 anni, 9,4% 18-25 anni, 11,6% adulti 26-45 anni, 48,9% sopra i 60-72 anni) e 23 insegnanti (65,2% donne, 34,7% uomini). I risultati estrapolati si limitano al campione, ma i dati sono rilevanti per gli scopi del progetto.

l'alfabetizzazione mediatica nei programmi di studio e ritengono essenziale anche la formazione del corpo docente in questo ambito.

3.5. Come si informano le e i discenti?

Abbiamo chiesto alle e ai discenti (n = 119) di diversi Paesi e fasce d'età quali fossero le loro principali fonti di informazione². In termini di **frequenza di accesso a internet**, l'86,6% delle persone intervistate ammette di utilizzare internet più di una volta al giorno, la maggior parte tra 6 e 10 volte al giorno. In termini di età, il 92,3% delle e dei partecipanti di età compresa tra 18 e 25 anni lo utilizza quotidianamente per finalità diverse, mentre questa percentuale raggiunge il 100% nella fascia di età 26-45 anni. Le persone più giovani (14-17 anni) e più anziane (60-72 anni) sembrano utilizzare internet meno di frequente. Tale fenomeno potrebbe essere dovuto a restrizioni imposte alle persone più giovani e al divario di competenze tra le persone più anziane.

Per quanto riguarda **l'accesso alle notizie**, il 77,4% delle persone intervistate afferma di farlo almeno una volta al giorno e un terzo tra 2 e 5 volte al giorno. La frequenza aumenta con l'età, una tendenza che potrebbe essere dovuta a fattori quali: l'interesse per l'attualità e la responsabilità sociale, le abitudini di consumo e la possibilità di accedere alle nuove tecnologie, oppure la maggiore disponibilità di tempo. Sembra, inoltre, che le persone anziane sentano una maggiore responsabilità nel rimanere informate.

Per quanto riguarda le **piattaforme** utilizzate, le persone di età adolescenziale preferiscono *TikTok*, *Instagram* e *YouTube*, in linea con il loro stile di vita digitale e la loro ricerca di intrattenimento e immediatezza. Al contrario, le persone anziane, meno abituate alle nuove tecnologie, optano per fonti tradizionali (televisione, radio e carta stampata), percepite come più affidabili e familiari.

Per quanto riguarda **l'interesse per le notizie**, le persone giovani mostrano un livello di coinvolgimento inferiore. In età adulta, l'interesse per l'attualità aumenta, forse per la necessità di prendere delle decisioni più consapevoli. In età avanzata, l'interesse per le notizie cresce ulteriormente, probabilmente per via di una maggiore disponibilità di tempo e del desiderio di rimanere in contatto con il mondo.

La figura 5 elenca gli **argomenti** in merito ai quali le persone intervistate ritengono di aver individuato delle **informazioni false o fuorvianti** (figura 5).

² Sebbene la dimensione e la composizione di questo campione non ci consentano di considerare le loro risposte come rappresentative dell'intera popolazione a cui appartengono, ci forniscono un quadro accurato delle loro convinzioni, abitudini e pregiudizi su questi temi.

Figura 5. Temi su cui sono state individuate informazioni false o fuorvianti



4. Ascoltare per agire: il punto di vista di persone esperte nel campo dell'alfabetizzazione mediatica e informativa

Per comprendere meglio il fenomeno della disinformazione e l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica e informativa sono state organizzate delle interviste e delle tavole rotonde con 12 persone esperte del settore. Dalle loro riflessioni emergono le attuali sfide e le strategie necessarie per contrastare la disinformazione con gli strumenti dell'alfabetizzazione mediatica. Il contenuto completo dei loro contributi è riportato nell'**appendice 5**.

Durante questo processo sono stati presi in esame tre blocchi tematici:

1. la disinformazione e l'importanza di accedere a informazioni di qualità;
2. in che modo la disinformazione agisce sull'individuo;
3. il valore dell'alfabetizzazione mediatica ed informativa.

Per quanto concerne la **disinformazione** e l'importanza di accedere a informazioni di qualità, i soggetti intervistati ritengono che la digitalizzazione ha permesso alla disinformazione di diffondersi e di avere un impatto ancora maggiore, generando rischi significativi per le società democratiche. Tra gli effetti più rilevanti vi sono **l'erosione della fiducia nei confronti delle istituzioni, la polarizzazione della società, nonché minacce alla salute pubblica, alla stabilità economica e persino alle relazioni internazionali**.

Esperte ed esperti pongono in evidenza il fatto che, a differenza di altri modelli di società, le società democratiche non possono sopravvivere a un ambiente caratterizzato da alti livelli di disinformazione, poiché la loro stabilità dipende da un elevato grado di fiducia e trasparenza su aspetti che vanno dai risultati elettorali al funzionamento delle istituzioni pubbliche. È fondamentale, dunque, accedere a **informazioni di qualità**, ovvero quelle che, nel loro processo di compilazione ed elaborazione, sono state trattate con **onestà, professionalità e senza alcun intento manipolatorio**. Accedere a informazioni di qualità è importante per prendere decisioni consapevoli ed è strettamente correlato ai meccanismi democratici volti a proteggere i diritti umani fondamentali.

Per quanto attiene all'impatto che la disinformazione ha sulle persone, invece, le esperte e gli esperti sono concordi nell'affermare che le *fake news* **sono ben congegnate e si servono di ganci in grado di attirare facilmente le persone**. Tali notizie rispecchiano le loro emozioni, i temi che stanno loro a cuore e la loro quotidianità. La disinformazione, sottolineano, **è spesso personalizzata e gli algoritmi utilizzati dalle grandi piattaforme digitali e dai social network contribuiscono a questo processo**. Quando si interagisce con persone vicine a tendenze complottiste, il consiglio è quello di empatizzare con loro e discutere apertamente, poiché la disinformazione spesso viene condivisa per paura o incertezza.

Infine, i soggetti intervistati ritengono che affinché l'alfabetizzazione mediatica e informativa sia uno strumento efficace nella lotta alla disinformazione debba comprendere diverse componenti e competenze chiave, come **la conoscenza del panorama mediatico, la promozione dell'analisi critica, il riconoscimento di bias e della propaganda e la comprensione del ruolo degli algoritmi**. Avisano che non esiste una bacchetta magica contro la disinformazione e che le iniziative collegate all'alfabetizzazione mediatica e informativa dovrebbero incoraggiare il pensiero critico nell'analisi di vari tipi di contenuti al fine di individuare le differenze tra le diverse forme di disinformazione e l'informazione di qualità.

Nel promuovere l'alfabetizzazione mediatica e informativa in ambito educativo, le persone esperte consigliano di ricorrere a strumenti sia teorici sia pratici e di far sì che tali iniziative trasmettano speranza, abbiano una certa continuità e promuovano un atteggiamento collaborativo. I soggetti intervistati credono che combinare l'esperienza didattica con la verifica delle fonti possa avere un impatto positivo sulla popolazione studentesca e che, al fine di favorire l'acquisizione di queste competenze nelle classi, sia essenziale che giornaliste e giornalisti lavorino insieme al corpo docente.

5. Dall'università alla classe: una selezione degli strumenti giornalistici

I **contenuti teorici e pratici** presentati in questo manuale sono stati selezionati dopo aver rivisto e adattato i contenuti **del corso di laurea triennale in giornalismo**. L'analisi si basa sul rapporto presentato per la valutazione finale del corso di laurea approvato in Spagna dall'Agenzia Nazionale per la Valutazione e l'Accreditamento della Qualità (ANECA), e su tutte le guide didattiche aggiornate pubblicate dalla Facoltà di Scienze Sociali e Comunicazione dell'Università dei Paesi Baschi (EHU). Sono state inoltre effettuate interviste con docenti delle materie rilevanti ai fini di questo studio.

Per analizzare e selezionare i contenuti utilizzabili nell'ambito del progetto QYourself sono stati adoperati tre criteri: competenze relative ai media e al mondo dell'informazione, il metodo giornalistico e l'orientamento all'insegnamento

- **Alfabetizzazione mediatica.** La laurea in Giornalismo offre una formazione teorica e pratica basata sullo sviluppo delle competenze delle e degli studenti e punta ad ottenere dei risultati di apprendimento orientati sia all'analisi che alla produzione di contenuti informativi e comunicativi. In questo caso abbiamo selezionato e dato priorità agli aspetti volti a promuovere **la capacità di analisi e non la creatività e la produttività**, dal momento che il target di riferimento di QYourself non ambisce a lavorare nel mondo della comunicazione, ma piuttosto ad **acquisire delle competenze relative al mondo dei media e dell'informazione per contrastare la disinformazione**.
- **Metodo giornalistico.** Lo scopo della laurea triennale in giornalismo è quello di permettere alle e agli studenti di acquisire un metodo e di essere in grado di distinguere le informazioni vere da quelle false, nonché di creare dei contenuti in maniera professionale. Ai fini della nostra analisi abbiamo preso in considerazione solo gli aspetti di ogni materia direttamente collegati al quadro concettuale e agli obiettivi del progetto QYourself. In sintesi, abbiamo selezionato quelli chiaramente volti a **contrastare la disinformazione attraverso l'uso del metodo giornalistico**.
- **Orientamento didattico.** Infine, tutta l'analisi ha tenuto conto dello sviluppo specifico che il corpo docente realizza in ogni materia, al fine di determinarne l'utilità nelle fasi successive del progetto. In altre parole, l'intera selezione ha preso in considerazione anche le **metodologie didattiche, i contenuti teorico-pratici, le attività formative e le risorse di apprendimento trasferibili al gruppo target di QYourself**.

Il processo di analisi si è articolato in quattro fasi e ci ha permesso di produrre cinque risultati che possono essere consultati integralmente nell'**appendice 6**. La sintesi delle competenze e dei risultati di apprendimento trasferibili a QYourself è la seguente:

COMPETENZE
<ol style="list-style-type: none">1. Saper valutare la rilevanza delle fonti di informazione2. Saper identificare le fonti documentarie3. Saper interpretare i testi all'interno di un contesto4. Saper valutare fonti, dati e informazioni5. Saper valutare un testo in maniera critica
RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO
<ol style="list-style-type: none">1. Applicare Le conoscenze teoriche a casi concreti2. Individuare i problemi legati alle fonti documentali3. Ricercare fonti alternative4. Cercare, selezionare e ottenere fonti5. Conoscere i punti di forza e di debolezza dei prodotti informativi presenti sul web6. Analizzare i testi con senso critico7. Saper distinguere tra articoli interpretativi, informativi e di opinione.8. Valutare con rigore l'affidabilità e la qualità delle fonti9. Individuare gli errori contrari alla pratica professionale10. Lavorare in gruppo per ottenere informazioni11. Utilizzare i social media con una visione strategica12. Valutare gli elementi informativi di un testo

6. Imparare a osservare: le teorie del giornalismo per educare al pensiero critico

Le e i discenti che sviluppano delle **competenze nel campo dell'alfabetizzazione mediatica e informativa** sono più capaci di **riconoscere la disinformazione e i discorsi d'odio** nella nostra società. L'educazione giornalistica è, dunque, importante proprio perché fornisce loro le competenze necessarie per crescere. Il giornalismo, d'altra parte, si rivela uno strumento fondamentale per attivare il pensiero critico delle persone in quanto si basa su dei **criteri ben precisi per verificare le informazioni e convalidare le fonti**. Inoltre, forma professioniste e professionisti che vivono ponendosi domande e cercando risposte.

Il presente capitolo riassume alcune **teorie fondamentali della comunicazione e del giornalismo**. Il suo scopo è quello di delle conoscenze di base alle e agli insegnanti che decidono di utilizzare le risorse educative fornite qui sotto. Grazie a questi materiali, potranno riflettere insieme alle loro classi sulla necessità di verificare le informazioni che riceviamo nella nostra vita di ogni giorno, di individuare fonti di informazione affidabili e di distinguere le informazioni dalle opinioni.

- **Il modello comunicativo di Lasswell**

Proposto da Harold Lasswell nel 1948, è un paradigma fondamentale nello studio della comunicazione che descrive l'atto comunicativo attraverso cinque elementi chiave: chi dice (MITTENTE) cosa (MESSAGGIO), attraverso quale CANALE, a chi (DESTINATARIO) e con quale EFFETTO.



Il modello lineare offre una panoramica del processo comunicativo dal punto di vista del mittente e descrive l'impatto dell'atto comunicativo sul destinatario, nonché il contenuto del messaggio stesso, il mezzo utilizzato per la sua diffusione e il pubblico di riferimento. Lasswell ha sviluppato questo approccio per parlare della comunicazione di massa, sebbene sia possibile applicare questo modello a una vasta gamma di contesti comunicativi. Il modello costituisce non solo uno strumento analitico, ma anche una guida pratica per pianificare ed eseguire atti comunicativi efficaci.

Perché è importante ai fini di questo progetto?

Lasswell sviluppò il suo modello teorico in un periodo di intensa propaganda politica, per questa ragione è particolarmente adatto all'analisi della disinformazione nella società contemporanea, che spesso ha obiettivi simili. Le domande chiave di Lasswell (chi dice cosa, attraverso quale canale, a chi e con quale effetto?) forniscono un quadro utile per **scomporre ed esaminare gli elementi della disinformazione**. Ciò ci consente di analizzare sistematicamente l'origine, il contenuto, il mezzo di diffusione, il pubblico di riferimento e l'impatto della disinformazione.

Il modello si concentra sul **CHI**, quindi sul mittente. Questa strategia è fondamentale per individuare e studiare i soggetti che alimentano la disinformazione. Tutto ciò è particolarmente rilevante nell'era digitale, in cui accertare la credibilità delle fonti di informazione è fondamentale per contrastare la diffusione della disinformazione.

L'analisi del **CANALE** è altrettanto rilevante per capire **in che modo la disinformazione si diffonde** attraverso i social media e le app di messaggistica. Il modello fa riferimento anche all'analisi degli **EFFETTI**, che ci consente di **esaminare l'impatto della disinformazione** sul pubblico di riferimento e sulla società in generale. Allo stesso tempo, sebbene l'intenzionalità del mittente non sia esplicita nella formulazione originale di Harold Lasswell, l'analisi della motivazione ci consente di comprendere a cosa mirano le campagne di disinformazione.

- **I generi giornalistici**

Possiamo distinguere due macro-generi giornalistici: **articoli di cronaca** e **articoli di commento**. L'obiettivo principale della cronaca è quello di presentare fatti e dati in modo obiettivo e accurato, senza fare riferimento alle valutazioni personali della o del giornalista. Notizie, resoconti e interviste sono collegati a questo macro-genere.

Dall'altra parte abbiamo gli articoli di commento in cui l'autrice o l'autore esprime il proprio punto di vista, analisi o giudizio sugli eventi attraverso rubriche ed editoriali. Gli articoli di cronaca tentano di rispondere alle domande fondamentali del giornalismo: cosa, chi, quando, dove, perché e come (5W+1H, *What, Who, When, Where, Why and How*). D'altra parte, gli articoli di commento forniscono interpretazioni, argomentazioni e valutazioni dei fatti.

Perché è importante ai fini di questo progetto?

Le 5W+1 del giornalismo (Cosa, Chi, Quando, Dove, Perché e Come) sono strumenti essenziali affinché le persone sviluppino capacità critiche e analitiche nella fruizione delle informazioni. Il ricorso a queste domande permette alla o al giornalista di strutturare le informazioni in maniera chiara e completa, consentendo alle persone di **individuare gli elementi fondamentali di una notizia: i fatti (Cosa), i protagonisti (Chi), il momento (Quando) il contesto (Dove), le motivazioni (Perché) e le circostanze (Come)**.

Rispondendo a queste domande, le persone possono **valutare la qualità e l'accuratezza delle informazioni** che ricevono, rilevando possibili omissioni nel contenuto. Le 5+1W ci aiutano anche a comprendere meglio il contesto poiché ci consentono di collocare gli eventi in un quadro più ampio e di capire come e perché accadono, nonché dove e quando si verificano. La tecnica insegna al destinatario del messaggio a **scomporre una notizia nei suoi elementi essenziali, facilitando l'interpretazione critica e riducendo la possibilità di manipolazione.**

D'altro canto, il giornalismo ci ricorda che le fonti di informazione sono un pilastro fondamentale perché forniscono la materia prima necessaria per costruire notizie, resoconti e cronache veritieri e rigorosi. La **gestione esperta di fonti di informazione affidabili e pertinenti consente di verificare i dati e di approfondire i fatti**, vale a dire, **distingue il giornalismo professionale dalle semplici voci o speculazioni.**

- **La teoria dell'agenda setting**

Secondo questa teoria, elaborata da Maxwell McCombs e Donald Shaw negli anni Sessanta, sono **i mass media a decidere quali questioni l'opinione pubblica deve considerare rilevanti.**

Selezionando, enfatizzando e coprendo determinati eventi, i media **modellano l'agenda pubblica**, influenzando la percezione del pubblico. La teoria dell'*agenda setting*, quindi, svolge un ruolo cruciale nel plasmare l'opinione pubblica e può avere implicazioni significative in settori quali la politica o i cambiamenti sociali, mettendo in luce temi di interesse generale.

Perché è importante ai fini di questo progetto?

Chi **istiga alla disinformazione cerca di stabilire un'agenda attraverso tattiche che manipolano il flusso di informazioni e condizionano la percezione sociale.** Usa strategie come la saturazione dello spazio delle notizie, inondando i social media di messaggi che si inseriscono nel solco della narrazione della disinformazione che cercano di diffondere. Sfruttano anche i **bias di conferma**, diffondendo messaggi che rafforzano le convinzioni delle persone e ne facilitano l'accettazione.

Inoltre, ricorre ad account gestiti da persone reali, assunte per diffondere rapidamente messaggi sullo stesso argomento e creare l'illusione che certe narrazioni godano di un ampio sostegno tramite account falsi (*astroturfing*). Queste **tecniche di disinformazione**, amplificate dalla digitalizzazione e dall'uso strategico di piattaforme in cui la moderazione è meno presente, **consentono di influenzare il dibattito su questioni sociali prioritarie ed erodono la fiducia nei confronti delle istituzioni democratiche.**

- **La teoria del framing**

La teoria del *framing* è una teoria fondamentale delle scienze sociali e della comunicazione che ci consente di comprendere in che modo i mass media e altri attori sociali presentano le informazioni al pubblico. Questa teoria spiega che **il modo in cui un problema viene inquadrato o contestualizzato influenza in maniera significativa il modo in cui viene percepito e interpretato dal destinatario.**

Il *framing* implica **la selezione di determinati aspetti di una realtà percepita e li rende più rilevanti** in un testo comunicativo al fine di promuovere una particolare visione del problema, un nesso causale, un giudizio morale e/o un trattamento raccomandato. Tale processo può avvenire attraverso la scelta di parole, immagini, fonti di informazione e strutture narrative specifiche utilizzate per presentare un problema al pubblico.

La teoria del *framing* è fondamentale per comprendere in che modo i media possono influenzare l'opinione pubblica, le decisioni politiche e il comportamento sociale, poiché riesce a mettere in evidenza con quanta forza il modo in cui sono presentate le informazioni riesca a plasmare percezioni e atteggiamenti.

Perché è importante ai fini del progetto?

La teoria del framing è strettamente collegata alla disinformazione in quanto spesso le notizie false vengono create **selezionando in maniera strategica alcuni elementi narrativi** con l'obiettivo di influenzare la percezione dell'opinione pubblica. Il *framing* si basa sulla capacità di porre in evidenza alcuni aspetti della realtà omettendone altri, creando schemi interpretativi nel destinatario: un meccanismo utilizzato in vari modi dalle persone che alimentano la disinformazione.

Così come i mass media inseriscono alcuni temi in una determinata cornice per esaltarne l'importanza, coloro che diffondono la disinformazione **selezionano ed esagerano i dettagli (veri o falsi) per dare forza alle proprie narrazioni, utilizzando tattiche come il clickbait (esca digitale) o i titoli sensazionalistici.** Inoltre, il *framing* non serve solo a plasmare le informazioni, ma le collega anche a una cornice cognitiva preesistente (paure, valori, identità... tutto ciò che plasma la nostra visione del mondo) che la disinformazione sfrutta collegando messaggi non veritieri a emozioni come la paura o l'indignazione, facilitandone l'accettazione acritica.

La disinformazione utilizza *frame* che semplificano relazioni complesse, ad esempio attribuendo l'origine di un problema a un'unica causa scatenante anziché a più fattori, una tecnica piuttosto comune che serve a polarizzare il dibattito. La disinformazione sfrutta anche i **meccanismi delle piattaforme digitali per far circolare più velocemente determinati frame**, compreso l'uso di *bot* e account falsi che replicano i messaggi finché non vengono normalizzati nella sfera pubblica.

Così come il *framing* giornalistico si basa sulla credibilità delle fonti di informazione, anche la diffusione di notizie false avviene attraverso portali che simulano dei media veri

e propri oppure estrapolano citazioni per dare un'apparenza di rigore. La differenza fondamentale risiede nell'intenzionalità: mentre **il framing giornalistico cerca di contestualizzare fatti reali la disinformazione lo utilizza per sostituire la realtà con narrazioni inventate**. Entrambi, tuttavia, condividono la capacità di condizionare l'opinione pubblica costruendo una rete di significati.

- **La teoria del newsmaking**

La teoria del *newsmaking* consiste nell'analizzare **il modo in cui vengono costruite le notizie**, concentrandosi sui **processi di produzione e sulle routine seguite dai media**. Questa teoria ci consente di vedere le notizie come il costrutto sociale di una realtà su cui influisce una vasta gamma di fattori organizzativi, professionali e contestuali, anziché una semplice selezione oggettiva di eventi.

La teoria del *newsmaking* esamina le condizioni in cui sono quotidianamente prodotte le notizie, comprese le abitudini e le condizioni di lavoro delle giornaliste e dei giornalisti, la cultura professionale, le dinamiche organizzative e il rapporto con le fonti delle notizie. Questa teoria, in breve, ci mostra che la **produzione di notizie è un processo complesso** in cui molteplici fattori modellano il prodotto finale che alla fine raggiunge il pubblico.

Perché è importante ai fini di questo processo?

Chi promuove la disinformazione conosce e **manipola i processi** descritti dalla teoria del *newsmaking* per inserire delle false narrazioni nell'ecosistema del giornalismo professionistico. Spesso sfrutta questi processi attraverso **siti che assomigliano a quelli dei giornali veri e propri**, ma i cui contenuti non possono essere considerati attendibili perché mescolano fatti e opinioni, nonché in molti casi, vere e proprie falsità. Tuttavia, sono progettati per essere assimilati a siti di notizie e talvolta riescono ad essere intercettati da giornaliste e giornalisti di professione che, inconsapevolmente, amplificano la disinformazione.

La disinformazione imita la struttura della narrazione giornalistica per raggiungere tale scopo e si posiziona in spazi in cui le giornaliste e i giornalisti cercano notizie "virali". Chi diffonde la disinformazione si serve di account sui social media spacciandosi per una persona esperta o come portavoce di fonti istituzionali da cui si generano gran parte delle notizie. In breve, utilizza deliberatamente **queste tattiche per amplificare la disinformazione, prendendo di mira le redazioni dei media**, poiché conosce e sfrutta **le dinamiche di produzione delle notizie**.

7. Le risorse educative del progetto QYourself

7.1. Pensa come una/un giornalista! Un corso che presenta gli strumenti giornalistici fondamentali per individuare la disinformazione

Un corso ricco di **strumenti pratici ispirati al metodo giornalistico per promuovere l'alfabetizzazione mediatica e informativa** in classe. Attraverso cinque moduli tematici, sarai in grado di insegnare alla tua classe a identificare e confrontare le fonti, a distinguere tra informazioni e opinioni e ad analizzare gli elementi chiave di una notizia. Una proposta adattata dalla formazione universitaria in giornalismo, pensata per aiutarti a incoraggiare il pensiero critico in classe.

Il corso è disponibile in inglese e in alcune lingue ufficiali dei Paesi dei partner del progetto sul sito web, nella sezione ***Pensa come una/un giornalista! Un corso che presenta gli strumenti giornalistici fondamentali per individuare la disinformazione.***

7.2. Prototipi di corsi nazionali pronti all'uso. Condivisione delle esperienze del personale docente

Esempi di formazione rivolti al personale docente sull'uso delle nostre risorse giornalistiche per moltiplicare l'impatto nell'ambiente educativo e generare reti di apprendimento. Comprende dei suggerimenti su come organizzare delle sessioni di formazione, adattare i materiali e semplificare l'utilizzo di queste strategie in classe.

I corsi, rivolti ai diversi gruppi con cui abbiamo lavorato, sono disponibili in inglese e nelle altre lingue nazionali delle organizzazioni partner sul sito web del progetto, nella sezione ***Prototipi di corsi nazionali pronti all'uso. Condivisione delle esperienze del personale docente.***

7.3. Un approccio pratico: strumenti digitali per creare le proprie risorse

Quattro sessioni di formazione pratica sull'uso pedagogico di strumenti digitali: social network, *Canva*, *Moodle* e creazione video. L'obiettivo è quello di consentirti di sviluppare le tue risorse educative per promuovere l'alfabetizzazione mediatica e informativa combinando creatività, tecnologia e pensiero critico. Tutti i contenuti sono pensati per facilitarne l'applicazione diretta in classe e sono disponibili sul sito web, nella sezione ***Un approccio pratico: strumenti digitali per creare le proprie risorse.***

7.4. QYourself in azione: la teoria applicata in classe

Esperienze reali di docenti che hanno utilizzato le risorse di QYourself in diversi contesti educativi. Attività, piani di lezione e materiali che possono servire da ispirazione o da punto di partenza per progettare le proprie proposte. Uno spazio in cui la teoria prende vita in classe.

I corsi sono disponibili in inglese e nelle altre lingue nazionali dei Paesi partner del progetto sul sito web, nella sezione ***QYourself in azione: la teoria applicata in classe.***





Question what you get. Media education to fight Disinformation



Universidad del País Vasco UPV/EHU - University of the Basque Country UPV/EHU

Spain

www.ehu.eus



IBERIKA EDUCATION GROUP GGMBH

Germany

www.iberika.de



STIMMULI FOR SOCIAL CHANGE

Greece

stimmuli.eu



CESIE ETS

Italy

cesie.org



X Liceum Ogołnoksztalce im. prof. Stefana Banacha w Toruniu

Poland

www.xlo.torun.pl



FUNDACIÓN MALDITA.ES CONTRA LA DESINFORMACION PERIODISMO EDUCACION INVESTIGACION Y DATOS EN NUEVOS FORMATOS

Spain

maldita.es



**Co-funded by
the European Union**



Erasmus+: Key Action 2, Cooperation partnerships in adult education

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Project Number: 2023-1-ES01-KA220-ADU-000153626