Cofinanziato
dall'Unione europea

Pixel Media

Manuale per educatori

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione Europea nell'ambito del programma Erasmus+. Questa pubblicazione riflette esclusivamente il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute. Progetto numero: CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY-101186931

YuzuPulse
LogoPsyCom
RINOVA innovar, crear & regenerar
PENS
ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA
ΦΠΚΟ FECE

Indice dei contenuti

Introduzione 3

Attività 6

0. Scopri cos’è la media literacy e diventa il più grande influencer esistente! 6

1. Bias cognitivi: “il tuo cervello ti sta mentendo” 11

2. Relazioni para-sociali: “safe digital ID” 17

3. Fake News: “Reale vs Fake” 24

4. Benessere digitale: “Mappa del percorso digitale” 24

5. Filter Bubbles: “Scoppia la bolla” 29

6. Individuare i deepfake 33

7. Gli impatti dell’ IA: “Riscrivi le notizie” 36

8. Algoritmi: “Chi viene visto?” 40

9. Diventiamo ciò che osserviamo 44

10. Oltre il pixel: “L’identità di genere nei videogiochi” 48

Allegati 52

Riferimenti 56

Introduzione

Questo manuale di attività offre un approccio completo all'integrazione dell'alfabetizzazione mediatica nell'educazione dei giovani, con particolare attenzione all'uso del videogioco del nostro progetto come strumento di apprendimento interattivo. Progettato per gli educatori che lavorano con giovani di età compresa tra i 16 e i 30 anni, il manuale offre attività pronte all'uso e scenari di workshop che esplorano le complesse relazioni tra media, tecnologia e società.

Nell'era digitale contemporanea, l'alfabetizzazione mediatica non si limita alla semplice comprensione del funzionamento dei media. Si tratta piuttosto di fornire ai giovani gli strumenti per pensare in modo critico, navigare online in modo responsabile e partecipare attivamente ai dibattiti digitali. Questo manuale accompagna gli educatori nell'aiutare i giovani a riconoscere l'influenza degli algoritmi, dei social media e della narrazione digitale sulla percezione, l'identità e la partecipazione. Inoltre, per rendere l'apprendimento più coinvolgente e divertente, il manuale presenta attività descritte passo dopo passo che possono essere utilizzate sia in modo indipendente sia come esercizi di follow-up al videogioco del progetto, garantendo un'esperienza di apprendimento coerente che collega il gameplay alla riflessione e alla discussione.
Sviluppato in collaborazione dai partner europei del progetto, il manuale include contributi su aspetti poco esplorati dell'alfabetizzazione mediatica, come le relazioni parasociali, i pregiudizi cognitivi e l'impatto emotivo degli strumenti digitali. Ogni attività include chiari obiettivi di apprendimento, istruzioni pratiche e risorse curate per aiutare gli educatori a facilitare la discussione e l'esplorazione.
Il manuale è disponibile online (in formato PDF) in sei lingue: inglese, bulgaro, spagnolo, francese, italiano e serbo.
NB: Le attività saranno ulteriormente perfezionate una volta finalizzato il videogioco del progetto, mantenendo la continuità tra le due componenti e garantendo che il gameplay e la pratica in classe si rafforzino a vicenda.

Sul manuale

Su Pixel Media:

Cofinanziato dall'Unione europea

Il presente manuale intende costituire la base pratica di “Pixel Media: Video Game to Develop Media Literacy” (CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY 101186931). Il progetto è stato cofinanziato dall’Unione Europea. Le opinioni e i pareri espressi sono tuttavia esclusivamente quelli degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva per l’istruzione e la cultura (EACEA). Né l’Unione Europea né EACEA possono essere ritenute responsabili per essi.

Come riutilizzare:

CC BY-NC 4.0

Questo lavoro è concesso in licenza Creative Commons CC BY-NC 4.0 Attribuzione-Non Commerciale 4.0 Internazionale.
Sei libero di:

1. Condividere — copiare e ridistribuire il materiale in qualsiasi mezzo o formato
2. Adattare — remixare, trasformare, e sviluppare il materiale
3. Il proprietario della licenza non può revocare queste libertà fintanto che rispetti i termini della licenza.

Ai seguenti termini:

1. Attribuzione — è necessario riportare il giusto riconoscimento, fornire un link alla licenza e indicare se sono state apportate modifiche. È possibile farlo in modo ragionevole, ma non in modo da far supporre che il proprietario della licenza approvi l’utente o il suo utilizzo.
2. Non Commerciale — Non è consentito utilizzare il materiale per scopi commerciali.
3. Nessuna restrizione aggiuntiva — Non è consentito applicare termini legali o misure tecnologiche che limitino legalmente altri dall’effettuare qualsiasi azione consentita dalla licenza.

Nota sull’uso dell’intelligenza artificiale generativa e degli strumenti di assistenza alla scrittura nella creazione di questo manuale:

I membri del team delle 6 organizzazioni europee hanno collaborato alla stesura di questo manuale, ma nessuno di loro è madrelingua inglese. Il partner coordinatore ha creato una bozza per definire collettivamente la struttura e condividere il lavoro. Tenendo conto di questi fattori, i partner hanno utilizzato strumenti di assistenza alla scrittura, come ChatGPT e Grammarly, per verificare la correttezza dell’inglese, organizzare le loro idee, condividere un tono di scrittura comune e garantire che nessuna parte si ripetesse. Sebbene la maggior parte delle risorse nella bibliografia sia stata ricercata direttamente dai membri dello staff, tutte le fonti aggiuntive inserite dall’IA generativa sono state verificate per garantirne la validità.

Nota sull’uso di infografiche esterne:

I partner hanno incluso in questo manuale infografiche provenienti da fonti esterne, citandone le fonti. Ci siamo presi la libertà di tradurle nelle lingue dei partner, mantenendo la fonte originale, la formattazione e i crediti, in un approccio di fair use. Se i titolari dei diritti d’autore desiderano contattare il team del progetto, possono farlo scrivendo a info (at) yuzupulse.eu.

Scopri cos’è la media literacy e diventa il più grande influencer esistente!

Un videogioco per capire la Media Literacy

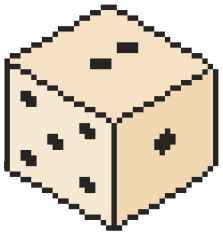
Utilizzando il videogioco “The Influencer Solitaire” come strumento per promuovere l’alfabetizzazione mediatica, i partecipanti sono incoraggiati a esplorare in che modo i contenuti online influenzano le percezioni e le decisioni. Attraverso il gioco, acquisiranno una comprensione più approfondita di questioni quali: cosa rende credibile un post? In che modo i creatori di contenuti utilizzano il tono, le immagini e la tempistica per catturare l’attenzione? A che punto la persuasione supera il limite e diventa manipolazione?
Questa attività è pensata per aiutarti a utilizzare il gioco in modo efficace nel tuo contesto educativo o comunitario. Fornisce indicazioni pratiche, suggerimenti e consigli di facilitazione per creare un’esperienza di apprendimento coinvolgente e interattiva che incoraggi il pensiero critico e la discussione.



PANORAMICA DEL GIOCO

Durata	45 – 60 minuti (almeno un'ora in totale; è possibile giocare in diverse sessioni brevi, simulando “un giorno” all’interno del gioco)
Età:	16+
Dimensione gruppo	Gruppo da 15 a 20 persone oppure si può svolgere individualmente.
Finalità:	Presentare i concetti chiave della media literacy in modo interattivo. Mostrare ai giovani l'impatto delle loro azioni online: come funzionano i social media.
Obiettivi:	• Introdurre gli studenti ai concetti di media literacy, quali le fake news, l’impatto dell’intelligenza artificiale, la produzione e l’interpretazione dei contenuti, ecc. • Consentire agli studenti di comprendere meglio l’impatto delle loro azioni online e il funzionamento dei social media. • Incoraggiare gli studenti ad approfondire la propria conoscenza dell’alfabetizzazione mediatica e ad approfondire l’argomento.
Materiali:	Giocabile **qui** da computer o tablet (da browser o da applicazione scaricabile) Per giocare non è necessaria una connessione a Internet (a meno che non si giochi online)

STEP BY STEP: COME USARE IL GIOCO



1. Preparazione: (15 - 20 minuti)

È consigliabile giocare in anticipo e raggiungere almeno il livello 4, in modo da avere un'idea di come il gioco potrebbe svilupparsi. Prima di presentare il gioco agli studenti, invitateli a riflettere su cosa renda un influencer "di successo" e su quali indizi utilizzino per valutare se un contenuto online sia credibile o affidabile. Partire da queste domande aiuta a stimolare le loro conoscenze pregresse, accende la curiosità e li incoraggia ad affrontare in modo più critico le situazioni che incontreranno durante il gioco.

Idee per l'organizzazione

Tutta la classe: se avete a disposizione una sola "copia" del gioco, potete organizzare una sessione con l'intera classe. Uno studente o un piccolo gruppo di studenti può sedersi davanti al PC o al tablet, mentre il resto della classe osserva e reagisce alle loro scelte. Se possibile, utilizzate un proiettore o uno schermo di grandi dimensioni per mostrare lo svolgimento del gioco, in modo che tutti possano seguire l'azione e partecipare alle discussioni. È possibile mettere in pausa il gioco nei momenti chiave per discutere le conseguenze delle decisioni e introdurre concetti rilevanti nel contesto.
Per garantire una partecipazione attiva, si può far circolare un "gettone di parola" (come una pallina o una penna). Solo lo studente in possesso dell'oggetto può parlare. Ciò aiuterebbe a strutturare la discussione ed evitare un gran trambusto sull'argomento. Sebbene questo formato possa risultare in qualche modo poco strutturato, può anche creare un'esperienza di apprendimento dinamica e coinvolgente.
Ad esempio, i giocatori potrebbero scegliere costantemente carte che aumentano il numero dei loro seguaci, anche quando queste scelte hanno un impatto negativo sulla loro comunità. Questo comportamento può essere utilizzato come punto di partenza per esplorare argomenti quali le "fake news", incoraggiando gli studenti a riflettere sulle proprie decisioni e a chiedersi se avrebbero agito allo stesso modo: perché sì o perché no?

Gruppi:

- A livello locale

Se disponete di diverse copie del gioco, dividete gli studenti in piccoli gruppi. Ciò crea una forte dinamica di discussione e mantiene un maggior numero di studenti attivamente coinvolti.

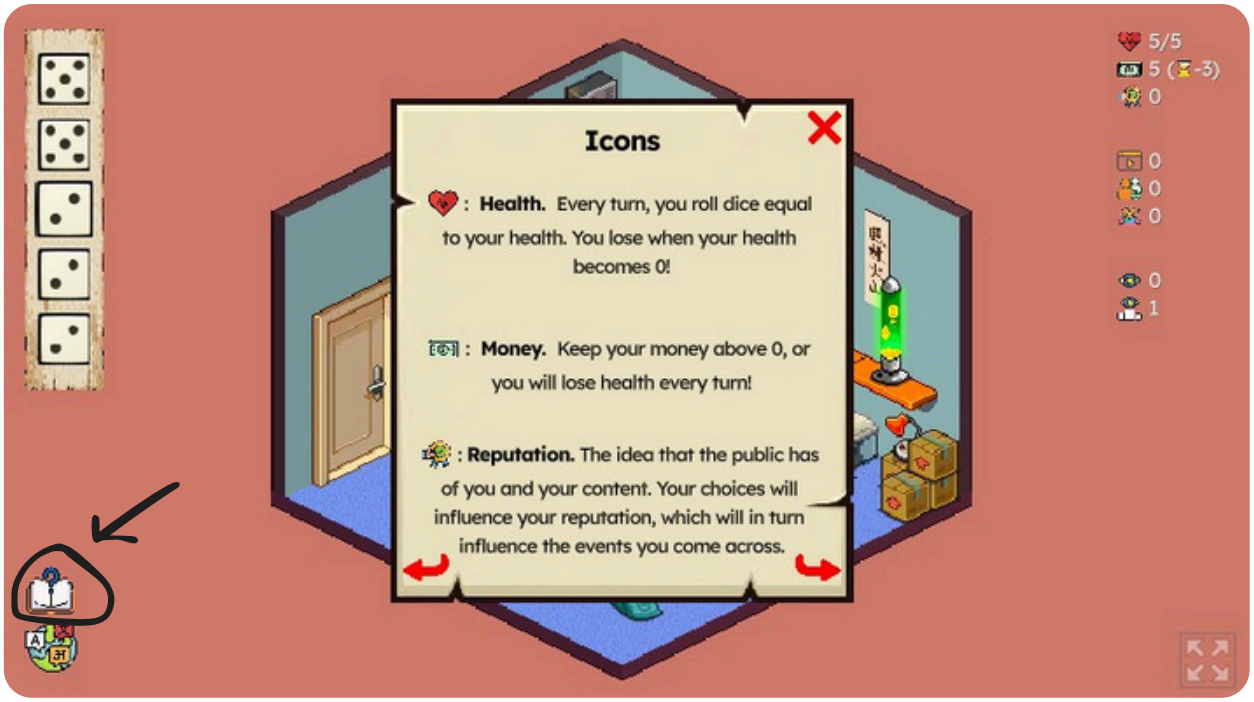
- In remoto

È possibile ospitare sessioni da remoto con piccoli gruppi di studenti disponendo di un account Steam e creando una copia del gioco. È quindi possibile invitare gli studenti a partecipare alla sessione. Utilizzate app vocali come Discord o la funzione di chat integrata in Steam. Grazie alla funzionalità “Remote Play Together” offerta da Steam, è possibile cedere il controllo del mouse e della tastiera a un giocatore remoto durante una partita. In questo modo, potrete ospitare la sessione e consentire agli studenti di giocare utilizzando la vostra copia del gioco.

Lingue supportate:
È possibile eseguire questa procedura in inglese o in molte altre lingue, poiché il gioco è disponibile nelle 6 lingue della partnership Pixel Media.

2. Si gioca! (30 - 40 minuti)

Assicuratevi che gli studenti completino il tutorial cliccando sull'icona cerchiata in nero. In questo modo acquisiranno il vocabolario essenziale, le meccaniche di gioco e le conoscenze di base necessarie per comprendere e muoversi efficacemente all'interno del gioco.



Mentre giocano, aiutali con il vocabolario o con le regole del gioco.
Il tuo compito è quello di facilitare gli aspetti del gioco. Puoi anche prendere nota delle cose che li mettono in difficoltà.

3. Debriefing e riflessione con domande aperte: (10 minuti)

Il gioco è un punto di partenza per la discussione piuttosto che un'attività a sé stante. Chiedete agli studenti quali indizi li abbiano aiutati a valutare se un'informazione fosse attendibile, quali tecniche sembrassero studiate per influenzarli e in che modo il gioco abbia rappresentato le difficoltà legate alla valutazione dei messaggi mediatici.
Iniziate la discussione ponendo domande di riflessione come:

- Quali indizi vi hanno aiutato a decidere se un messaggio mediatico fosse attendibile?
- Quali dettagli vi hanno fatto riflettere e mettere in discussione il contenuto?
- In che modo il gioco ha mostrato la differenza tra attenzione e fiducia?
- Cosa controllereste prima di condividere qualcosa del genere online?
- Qualcuna delle carte o delle scelte che avete fatto vi ha fatto pensare a un influencer che conoscete?

Potete anche chiedere loro se il gioco li ha spinti a voler approfondire un argomento specifico relativo all'alfabetizzazione mediatica.
Infine, un semplice compito di conclusione potrebbe essere:

- Scrivi una cosa che il gioco ti ha insegnato sui messaggi mediatici.
- Indica una strategia per verificare se un contenuto online è affidabile.
- Spiega in che modo un messaggio mediatico può essere persuasivo senza essere del tutto affidabile.

Dopo la discussione, esplora le altre risorse del progetto per approfondire l'apprendimento e incoraggia i partecipanti a continuare a mettere in discussione ciò che condividono e vedono online.



Identificare i bias cognitivi: il tuo cervello ti sta mentendo (a volte)

ATTIVITÀ 1

Utilizzando strumenti quali storytelling, infografiche e discussioni di gruppo, questa sessione di 45-60 minuti incoraggia i partecipanti a pensare in modo critico, mettere in discussione i preconcetti e individuare i modi in cui il loro cervello potrebbe ingannarli. Al termine dell'attività, i partecipanti acquisiranno conoscenze fondamentali sui bias cognitivi e saranno in grado di riconoscere le trappole mentali più comuni. Questa attività rafforzerà la loro alfabetizzazione mediatica e li aiuterà a prendere decisioni più consapevoli quando navigano nel mondo digitale.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata:	45 – 60 minuti
Età:	16 – 20 anni
Gruppo:	Gruppo di 15-20 o può essere svolto individualmente.
Finalità:	Introdurre il concetto di bias cognitivi in modo divertente e comprensibile. Mostrare ai giovani come il loro cervello possa ingannarli senza che se ne rendano conto e aiutarli a individuare queste scorciatoie mentali.
Obiettivi:	• Far comprendere ai learners cosa sono i bias cognitivi, come influenzano la nostra percezione e il nostro processo decisionale. • Consentire ai learners di individuare e nominare sette bias cognitivi chiave rilevanti per la verifica delle notizie. • Incoraggiare i learners a cercare altre fonti di informazione, a prendersi il tempo necessario per valutare ciò che leggono o ascoltano e a riflettere attivamente (senza saltare alle conclusioni). Promuovere il loro pensiero critico.
Materiale occorrente:	Proiettore o lavagna (per presentare diapositive o esempi) Fogli informativi stampati sui bias cognitivi (**o loro versione digitale**) Dispensa stampata sulle "situazioni di bias" (o versione digitale se si utilizzano tablet/laptop) Penne/post-it se si lavora in gruppo in presenza

STRUTTURA DEL WORKSHOP



1. Introduzione ai bias cognitivi: (15 - 20 minuti)

Inizia introducendo i bias cognitivi con un'analogia: "il cervello è come un assistente sovraccarico di lavoro che ricorre a scorciatoie mentali per sopravvivere". Ecco un modo coinvolgente per introdurre l'argomento. Sentiti libero di adattarlo e collegarlo a eventi culturali, generazionali e contemporanei.

Durante questa parte dell'attività, incoraggia gli studenti a condividere le loro esperienze personali relative ai bias cognitivi (che possono aver vissuto online o meno).

L'analogia:
Quando presenti l'attività, puoi iniziare con la seguente introduzione:
"Immagina questo: il tuo cervello è come un assistente sovraccarico di lavoro che cerca di gestire migliaia, se non miliardi, di compiti contemporaneamente. Ogni giorno, il tuo cervello dice ai tuoi occhi di mettere a fuoco, alle tue orecchie di ascoltare e interpretare, alla tua bocca di gustare, al tuo corpo di muoversi... e questo insieme a molte altre direttive che ti permettono di esistere. Sebbene il cervello umano sia una caratteristica impressionante del corpo, non è in grado di gestire tutto alla perfezione. Quindi, per far fronte alla situazione, ricorre a scorciatoie, ovvero a conclusioni rapide per prendere decisioni veloci. In psicologia, questo fenomeno è chiamato euristica. Queste scorciatoie sono molto utili: immaginate se il vostro cervello non fosse abbastanza veloce da classificare il serpente nella categoria degli animali "pericolosi" e velenosi. Ma quando portano a errori, diventano ciò che chiamiamo "bias cognitivi".

Tutti hanno bias cognitivi. Come evidenziato dall'esempio del serpente, spesso si manifestano quando il nostro cervello percepisce un pericolo o una minaccia a qualcosa di importante (la sopravvivenza o l'integrazione). In quei momenti, il tuo favoloso assistente lavora a pieno ritmo e a volte salta alle conclusioni per "salvarti".
In questa attività esploreremo insieme i bias cognitivi più comuni. Quelli che interferiscono con il modo in cui percepiamo il mondo e le notizie (vedi allegato per immagini che illustrano e menzionano i seguenti bias cognitivi).

2. Story Game sui bias cognitivi: “Aiuta Pixel a individuare i bias cognitivi che lo stanno influenzando” (25 - 30 minuti)

“Pixel è un ragazzo normale. Frequenta una scuola pubblica, ama giocare a tennis e mangerebbe pasta tutti i giorni se potesse. I suoi influencer preferiti sono mybodyistrong e smileandchill2. Nei fine settimana guarda le corse automobilistiche con suo fratello e sua sorella. Crede che il cambiamento climatico sia una bufala. Si sente sopraffatto e non sa cosa vuole fare dopo il diploma. Ha una cotta per una compagna della sua classe di arte, ma non osa parlarle.”
Dopo aver letto ad alta voce questa storia immaginaria di Pixel, chiedete agli studenti di identificare i seguenti bias cognitivi alla base di ciascuna delle convinzioni errate di Pixel. A seconda delle dimensioni del gruppo, possono lavorare individualmente, in coppia o in piccoli gruppi. Incoraggiateli a utilizzare le immagini fornite nell'allegato per aiutarli a stabilire connessioni tra le situazioni e le distorsioni.

Per ogni situazione incontrata da Pixel, devono individuare il bias in gioco e rispondere alle due domande seguenti:
-Qual è il bias cognitivo in gioco?
-Perché proprio quello?

A. Pixel guarda un video su TikTok in cui un influencer del benessere dice: “Ozempic è un farmaco miracoloso per la perdita di peso. Tutti dovrebbero prenderlo e i medici stanno solo nascondendo la verità perché se le persone scoprissero questa alternativa, non sarebbe un bene per il mercato”. Pixel ci crede.
-Quale bias? -> **Bias dell’autorità**
-Perchè? Perché l'influencer sembra abbastanza sicuro di sé, quindi Pixel presume che sia credibile senza verificare i fatti medici o chiedere a un professionista della salute.

B. Pixel vede un post su Facebook che mostra una giornata nevosa di aprile con la didascalia: “Riscaldamento globale? Allora perché nevica ad aprile? LOL”. Pixel mette “mi piace” al post e lo condivide con i suoi follower aggiungendo: “Sto congelando. Non dovrebbe esserci il sole a quest'ora? Scienziati, vi sfido a spiegarmi questo”.
-Quale bias? -> **Bias di conferma**
-Perché? Pixel già dubita del cambiamento climatico, quindi accetta e diffonde un post che sembra sostenere la sua opinione (anche se una giornata fredda non smentisce le tendenze climatiche a lungo termine).

C. Tutti nella scuola d'arte di Pixel stanno ripubblicando un video in cui si sostiene che l'arte generata dall'intelligenza artificiale non è vera arte e sta distruggendo la creatività. Anche se la madre di Pixel lavora per un'azienda che sviluppa intelligenza artificiale, Pixel lo condivide comunque. Lo fa non perché sia sicuro che sia vero, ma perché non vuole essere l'unico a difendere gli strumenti digitali.
-Quale bias? -> **Bias di gruppo/Conformismo**
-Perchè? Pixel si conforma all'opinione generale per evitare di distinguersi o di essere criticato.

D. Pixel vede lo stesso spot pubblicitario più e più volte. Lo spot mostra una donna sorridente che è entusiasta perché i suoi vestiti sono perfettamente puliti grazie a un detersivo liquido. Dopo averlo visto molte volte, Pixel inizia a credere che il detersivo liquido sia un ottimo prodotto e anche che fare le faccende domestiche sia "semplicemente qualcosa che le donne fanno e amano fare".
-Quale bias? -> **Bias della verità illusoria**
-Perchè? Il fatto che lo spot venga visto più volte crea ripetizione. La ripetizione rende il messaggio familiare e vero. Col tempo, Pixel accetta sia l'efficacia del prodotto che lo stereotipo di genere senza porre troppe domande.

E. Pixel legge un titolo che afferma che un giocatore di punta del Roland-Garros ha finto un infortunio per evitare un avversario difficile. Due giorni dopo, la notizia viene smentita e dimostrata falsa. Il giocatore aveva un problema medico reale. Tuttavia, Pixel continua a ripetere la versione originale ai suoi amici: "Dai, quell'infortunio non era grave. Semplicemente non voleva perdere".
-Quale bias? -> **Bias di ancoraggio**
-Why? La prima informazione (l'accusa) "ancora" la convinzione di Pixel, anche dopo che nuove prove la smentiscono. Una volta che si è formata l'impressione iniziale, a volte è difficile cambiare idea.

F. Pixel legge un articolo su come le gare automobilistiche contribuiscano alle emissioni globali e al danno ambientale. Ma si concentra solo sulla parte in cui l'articolo elogia la spinta economica che le gare portano alla sua città natale. Ignora il resto (in particolare le preoccupazioni ambientali).
-Quale bias? -> **Bias di percezione selettiva**
-Perchè? Pixel filtra le informazioni in modo che siano in linea con ciò che gli interessa o che è collegato alle sue preoccupazioni (non con i fatti che mettono in discussione le sue opinioni).

3. Debriefing e riflessione con domande aperte: (10 minuti)

In questa parte finale dell'attività, l'obiettivo è riflettere su ciò che i partecipanti hanno imparato e sul perché le distorsioni cognitive sono importanti (soprattutto nel contesto delle notizie e dei media digitali).

Iniziate il debriefing ponendo domande aperte come:
- Qual è stata la distorsione più facile da individuare? Quale è stata la più difficile?
- Perché è importante conoscere i bias cognitivi?
- In che modo questo può aiutarvi a pensare in modo più critico (soprattutto quando siete online)?

Dopo la discussione, condividete risorse per approfondire l'argomento e incoraggiate i partecipanti a continuare ad esplorare i bias cognitivi. Incoraggiate i partecipanti a continuare a mettere in discussione ciò che vedono, sentono e condividono.

Interazioni para-sociali e relazioni: crea il tuo “documento d’identità /passaporto digitale sicuro”

ATTIVITÀ 2

Nel panorama mediatico odierno, i giovani spesso instaurano relazioni intense e unilaterali con influencer, celebrità, streamer o persino personaggi di fantasia. Questo tipo di relazione è noto come relazione parasociale. Queste relazioni sembrano reali, ma non sono reciproche. Sebbene spesso offrano conforto e ispirazione, ingannano anche la mente umana e rendono ancora più difficile tracciare una linea di demarcazione tra realtà e illusione (soprattutto quando si tratta di fiducia e influenza). Pertanto, questa attività mira ad aiutare i partecipanti a esplorare ciò che rende reale e sano un legame online. Offre anche un modo per capire come riconoscere i confini di questo fenomeno. Attraverso la riflessione sugli aspetti positivi e negativi di questi legami digitali, i giovani costruiranno la propria carta d’identità digitale sicura.

I partecipanti immagineranno di prepararsi per un viaggio nel mondo dei media. Quali sono i consigli per navigare in sicurezza e assicurarsi di coltivare una relazione digitale sana? Quali sono i segnali di allarme a cui prestare attenzione e da cui allontanarsi per evitare di diventare emotivamente dipendenti da queste personalità online?

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

DuratA:	30 – 45 minuti
Età:	14 - 18 anni
Gruppo:	Gruppo di 10-20 o può essere svolto individualmente.
Finalità:	Introdurre le relazioni parasociali in modo divertente e interattivo + sensibilizzare sugli effetti di queste relazioni sulla nostra percezione di noi stessi e del mondo.
Obiettivi:	• Sviluppare una consapevolezza critica delle relazioni parasociali • Incoraggiare l'auto-riflessione sulle abitudini digitali • Rafforzare l'alfabetizzazione mediatica • Promuovere identità digitali sicure e sane
Materiale occorrente:	Uno "zaino digitale" simbolico Versione cartacea/digitale del documento d'identità / passaporto digitale sicuro da compilare (**vedi allegato**) Post-it (verdi e rossi) Matite

STRUTTURA DEL WORKSHOP

Durante l'intera attività, i partecipanti creano il proprio documento di ide
passaporto digitale sicuro (vedi allegato).

1. Riflessione (5 - 10 minuti)

È possibile iniziare ponendo ai partecipanti alcune domande per aiutarli a riflettere sul loro rapporto online con altri utenti dei social media.

- Chi segui online e perché?
- Hai mai avuto la sensazione di “conoscere” davvero un influencer o una celebrità?
- Hai mai paragonato la tua vita alla loro?
- ecc.

Poi, individualmente, i partecipanti scrivono su dei bigliettini (post-it) quelli che considerano aspetti positivi (“cosa conservare” -> post-it verdi) e negativi (“cosa lasciare” -> post-it rossi) della relazione digitale (ad esempio, intrattenimento, comunicazione, molestie...). Mettete tutti i loro post-it in una simbolica “valigia digitale” (ad esempio, lo schermo di un computer).

2. Discussione di gruppo (5 - 10 minuti)

Come gruppo, i partecipanti condividono e ordinano i biglietti scegliendo se metterli o meno sullo “schermo del computer”. Il facilitatore incoraggia la discussione sul perché hanno scelto di includere o escludere qualcosa.

3. Debriefing e approfondimenti sull'alfabetizzazione mediatica (5 - 7 minuti)

Confrontate le idee dei gruppi con le opinioni degli esperti sulle relazioni parasociali (condividete esempi concreti e strategie positive). Non esitate a consultare la nostra libreria di risorse (vedi **qui**). Evidenziate come vengono curati i media, come funzionano gli algoritmi e come i bisogni emotivi possono essere sfruttati online.

3. Conclusione (10 - 15 minuti)

I partecipanti completano il loro documento di identità/passaporto digitale sicuro con:

- 5 “timbri” che illustrano cosa significa per loro una relazione online sana:
  - “comunicazione reciproca” (controllarsi a vicenda online proprio come farebbero nella vita reale),
  - “rispetto dei confini” (rispettare la privacy, il tempo e lo spazio dell’altro. Va bene se l'altra persona è in modalità sleep e non risponde subito),
  - “sostegno, non controllo” (la relazione ti dà morale e fiducia, ti carica!),
  - “consenso online” (condividere i propri post online, taggarsi ecc.),
  - “equilibrio tra relazione online e offline” (la relazione non esiste solo virtualmente),
  - “nessuna pressione a comportarsi in un certo modo” (si può essere se stessi, non è necessario impressionare l’altro o comportarsi in un certo modo online).
- 3 segnali di allarme a cui prestare attenzione nelle relazioni parasociali (ad esempio, una volta che ti senti emotivamente dipendente, inizi a credere a tutto ciò che dice un influencer, difenderesti il tuo influencer preferito a tutti i costi, ecc.)
- domande di autovalutazione (ad esempio, proverei lo stesso se fosse un vero amico a fare questo? Sto proiettando i miei sentimenti su qualcuno che in realtà non conosco? Questa persona farebbe lo stesso per me?)
- consigli per navigare in sicurezza online (da completare in base alle risorse del progetto).

<u>Perché questa attività è importante?</u>

- Molti giovani spesso non si rendono conto di quanto siano diventati emotivamente legati agli influencer o ai creatori di contenuti. Questa attività li aiuta a dare un nome a questi sentimenti, ma soprattutto a metterli in discussione senza giudicarli.
- Le relazioni parasociali possono offuscare la realtà, alimentare la disinformazione e danneggiare l’autostima. Pertanto, comprenderne i meccanismi può aiutare i giovani a essere più consapevoli ed equilibrati nella loro vita digitale.
- Questo approccio riflessivo e pratico incoraggia l’apprendimento tra pari. Apre lo spazio a conversazioni sincere sulla solitudine, la fiducia e l’identità nell’era delle personalità online.

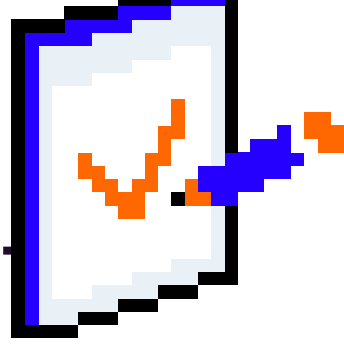
Reale vs. Fake

ATTIVITÀ 3

Le fake news sono uno strumento cruciale di disinformazione con cui i giovani si confrontano continuamente nella loro vita. Riconoscere le fake news e scoprirne le fonti è fondamentale affinché i giovani possano contrastare i continui tentativi di manipolazione. Inoltre, in quanto futuri cittadini attivi, la capacità di identificare le fake news è un prerequisito fondamentale per conquistare la fiducia del pubblico. D'altra parte, la capacità di riconoscere e segnalare le fake news è uno strumento per ridurne la diffusione e l'impatto. I compiti principali della formazione su questo argomento sono quelli di migliorare le competenze necessarie per individuare le fake news e scoprirne le fonti. Diversi strumenti possono supportare lo sviluppo di conoscenze e competenze in questa direzione.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata:	40 minuti
Età:	Più di 16 anni
Gruppo:	Minimo 12 persone
Finalità:	Le fake news sono una forma comune di disinformazione che i giovani incontrano regolarmente, rendendo essenziale lo sviluppo di competenze per identificarle e rintracciarne le fonti. La formazione dovrebbe concentrarsi sul pensiero critico e sulle competenze di alfabetizzazione mediatica per ridurre la diffusione delle fake news e promuovere la fiducia.
Obiettivi:	• Ampliare la consapevolezza dell'impatto delle fake news sulla società • Sviluppare capacità di pensiero critico e analitico • Coltivare il senso di responsabilità e l'impegno per il flusso di informazioni trasparenti
Materiale occorrente:	Fogli di carta per lavagna a fogli mobili, fogli A4, penne e pennarelli Il facilitatore dovrebbe preparare tre articoli di notizie reali e tre di notizie false e stamparli in numero pari a quello dei gruppi.



STRUTTURA DEL WORKSHOP

1. Fase 1 (20 minuti)

Il facilitatore divide i partecipanti in gruppi uguali e distribuisce loro tre articoli di cronaca reali e tre falsi (selezionati e stampati in anticipo).
I partecipanti devono quindi leggere le notizie, riflettere per 20 minuti e individuare quali articoli sono reali e quali sono falsi, spiegandone il motivo.

2. Fase 2 (10 minuti)

Dopo che i gruppi hanno deciso quali articoli sono veri e quali falsi, segue una discussione con tutti i gruppi. Il facilitatore scrive su una lavagna a fogli mobili il ragionamento di ciascun gruppo alla base delle loro scelte.
Il facilitatore sottolinea quali fatti dovremmo verificare e cosa non dovremmo fare.
Quali fatti dovremmo verificare?

- Dichiarazioni/Discorsi pubblici
- Date
- Nomi
- Dati/Statistiche
- Tabelle/Grafici

Cosa non dovremmo fare?
X Non cercare scuse come la mancanza di tempo
X Non lasciare che le tue convinzioni personali offuschino il tuo giudizio obiettivo
X Non sottovalutare i fatti come irrilevanti: a volte una singola data errata può compromettere un lavoro altrimenti eccellente e accurato

3. Domande di debriefing (10 minuti)

- Quali aspetti degli articoli ti hanno fatto dubitare della loro autenticità o credibilità mentre li leggevi?
- Come si sono svolte le discussioni con i membri del tuo gruppo durante la valutazione della credibilità dei diversi articoli di cronaca? Quali sono stati i principali punti di disaccordo o dibattito?
- Quali metodi o strategie specifici hai utilizzato per valutare la credibilità e la veridicità degli articoli che hai incontrato?
- In che modo sei riuscito ad applicare i concetti e le tecniche appresi durante questo esercizio? Puoi descrivere casi specifici in cui hai messo in pratica la teoria?

Mappa del percorso digitale: “Navigare nel rumore”

ATTIVITÀ 4

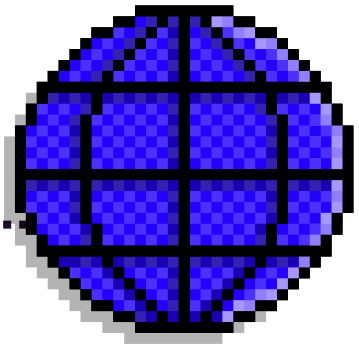
Questo workshop adotta un approccio basato sull’esperienza dell’utente per aiutare i partecipanti ad autoregolamentare l’uso dei dispositivi digitali e delle app, tenendo conto dell’impatto sul loro benessere. Consente ai partecipanti di discutere temi significativi e rilevanti per loro e di riflettere sulle loro esperienze personali creando un personaggio con cui possono identificarsi. Attraverso il processo di definizione delle abitudini digitali comuni e la partecipazione a discussioni in piccoli gruppi, argomenti come l’affaticamento da informazione possono emergere naturalmente, sollecitati dagli stessi partecipanti.

Questa attività promuove il lavoro di squadra, la creatività e le capacità di presentazione, aumentando al contempo la consapevolezza dell’impatto emotivo della tecnologia nella vita quotidiana. La struttura del personaggio e della mappa del percorso digitale si ispira alla progettazione dell’esperienza utente ed è in linea con il DigComp 2.2: Il quadro di riferimento delle competenze digitali per i cittadini, in particolare con i punti 4.3: Proteggere la salute e il benessere e 1.1: Navigare, ricercare e filtrare dati, informazioni e contenuti digitali.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata:	50 - 60 minuti
Età:	più di 16 anni
Gruppo:	Gruppi di 4-5 persone
Finalità:	Aiutare i partecipanti a riconoscere i segnali e le fonti dell'affaticamento da informazione e ad applicare strategie digitali per gestire efficacemente il sovraccarico cognitivo.
Obiettivi:	• Essere in grado di evitare rischi per la salute e minacce al benessere fisico e psicologico durante l'utilizzo delle tecnologie digitali. • Esprimere chiaramente le proprie esigenze informative. • Identificare i sintomi e i fattori scatenanti dell'affaticamento da informazione. • Analizzare i flussi di informazione e il loro impatto emotivo. • Formulare linee guida personali per l'utilizzo dei media.
Materiale occorrente:	Lavagna a fogli mobili e pennarelli. Il workshop può essere condotto anche online utilizzando piattaforme come Miro

STRUTTURA DEL WORKSHOP



1. Creare un personaggio (10 minuti)

Sulla base delle tipiche esperienze digitali quotidiane dei partecipanti, ogni gruppo collaborerà alla creazione di un avatar digitale (denominato "personaggio"). Insieme, definiranno e concorderanno le caratteristiche del personaggio:

- Nome, età, luogo di residenza e genere
- Istruzione e occupazione (compreso il background)
- Abilità tecniche e dispositivi che utilizza regolarmente
- Esigenze e motivazioni per l'utilizzo di strumenti digitali e app (almeno tre)
- Una paura o preoccupazione relativa all'uso di strumenti digitali e app
- Una citazione che rifletta la sua personalità, prospettiva o voce

Ogni gruppo disegnerà il proprio personaggio su un foglio di carta o nell'angolo superiore di un foglio di lavagna a fogli mobili ed elencherà tutti i dettagli. Dovrebbero mirare a creare un personaggio realistico e pertinente alle proprie esperienze digitali. I gruppi hanno 10 minuti per completare questo passaggio.

2. Mappa dell'esperienza (20 minuti)

Dopo aver utilizzato il personaggio creato nella fase uno (ad esempio, "Max"), ogni gruppo esplorerà un percorso digitale quotidiano.
Se il gruppo è numeroso, verranno sviluppati più personaggi (uno per gruppo), ciascuno dei quali seguirà la propria routine digitale. I gruppi rimangono gli stessi della fase uno.
Il facilitatore introduce la struttura della giornata utilizzando la seguente sequenza temporale: Buongiorno, Trasporti, Scuola/Lavoro, Attività nel tempo libero, Cena, Buonanotte.

Ogni gruppo disporrà questi passaggi orizzontalmente come colonne su una lavagna a fogli mobili, creando la struttura di una tabella. Per ogni blocco di tempo, descriveranno quanto segue nelle righe:

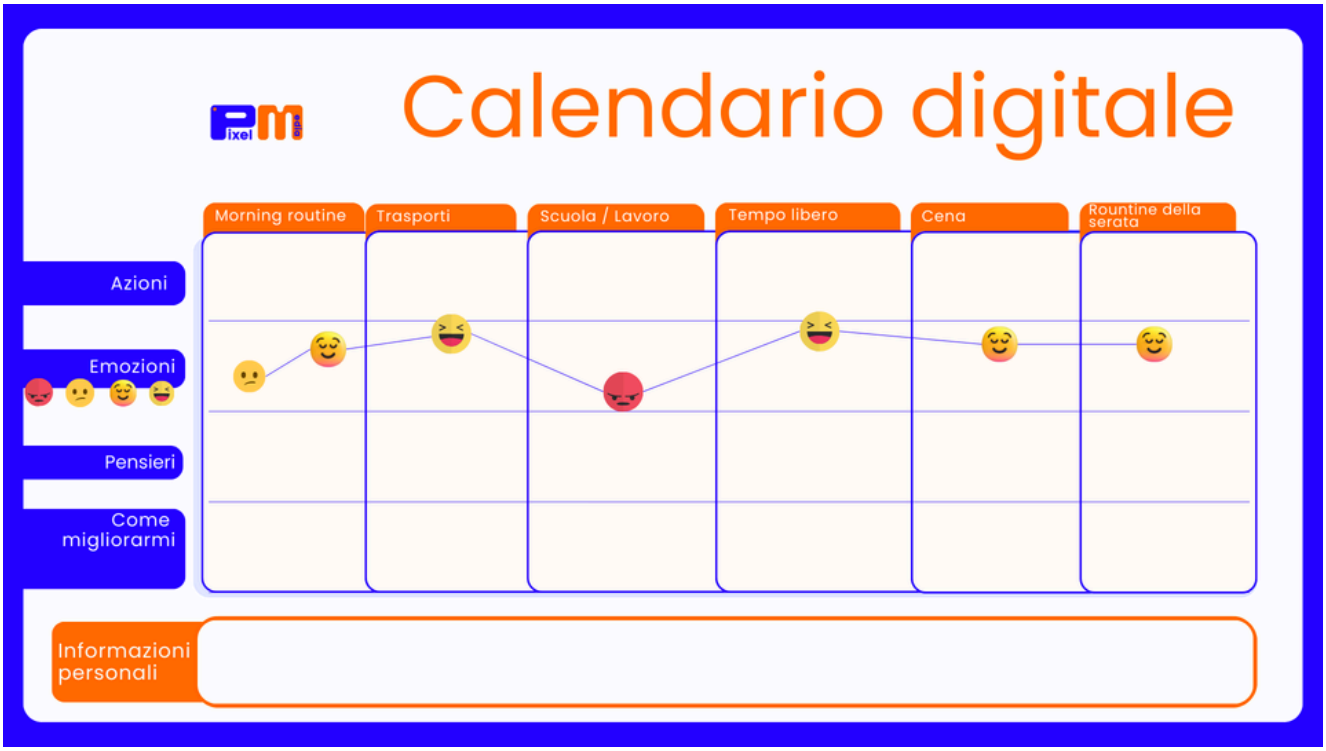
1.Azioni: questa riga costituisce la storia delle loro interazioni digitali quotidiane. Quali strumenti digitali e app utilizza il personaggio durante ogni fase e perché (ad esempio, 1.1 identificazione delle esigenze informative).

2.Emozioni: come come si sente il personaggio in ogni fase (4.3). È possibile utilizzare le emoji per simboleggiare le emozioni (😊😐😔). L'emoji felice è posizionata nella parte superiore della riga, mentre quella triste nella parte inferiore. Insieme, le emoji formano un diagramma che rappresenta vari stati emotivi quando sono collegate.

3.Pensieri: quali pensieri ha il personaggio mentre interagisce con gli strumenti o i contenuti.

4.Opportunità di miglioramento: identificare se esiste il potenziale per un'esperienza migliore. Se l'interazione è positiva, questo campo può essere lasciato vuoto. Se è negativa o causa stress/ansia, i gruppi sono incoraggiati a suggerire strategie di benessere digitale.

Esempio di tabella della mappa del percorso digitale (vedere l'allegato per **un documento vuoto**):



L'ordine consigliato per compilare la tabella è: azioni, emozioni, pensieri, opportunità di miglioramento. Per visualizzare le dinamiche emotive, i gruppi possono collegare le emoji in un grafico lineare per illustrare gli alti e bassi emotivi durante la giornata digitale.

3. Presentazioni (10 - 15 minuti)

Ogni gruppo presenta il proprio personaggio e la mappa del percorso digitale giornaliero completata, compresi i suggerimenti per migliorare il benessere digitale del personaggio. Dopo ogni presentazione, gli altri partecipanti sono invitati a:

- Complimentarsi per le osservazioni significative
- Suggerire ulteriori strategie per il benessere digitale
- Riflettere se il percorso presentato è correlato alle proprie esperienze

Debriefing: conclusione finale del facilitatore (10 - 15 minuti)

La mappa dell'esperienza digitale che è stata creata illustra le interazioni del personaggio con la tecnologia durante una giornata tipo, evidenziando quando, perché e come viene utilizzata la tecnologia, quali stati emotivi vengono attivati e se gli strumenti digitali contribuiscono all'ansia o vengono utilizzati in modo equilibrato e sano. Affrontando le esigenze e le motivazioni del proprio personaggio, i partecipanti possono valutare quali esigenze potrebbero essere soddisfatte anche offline ed esplorare strategie per migliorare l'equilibrio digitale.

L'aspetto di monitoraggio emotivo dell'attività incoraggia la riflessione e sostiene lo sviluppo di abitudini quotidiane più sane. Alla fine della sessione, i partecipanti avranno co-creato una guida autonoma per migliorare il loro benessere digitale, utilizzando il percorso del loro personaggio come punto di riferimento. L'uso di un personaggio immaginario aggiunge giocosità e distanza emotiva, contribuendo a creare un ambiente sicuro e aperto per la condivisione di idee e suggerimenti.

Scoppia la bolla: “Capire le Filter Bubbles”

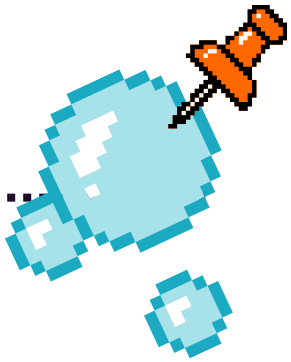
ATTIVITÀ 5

L’idea alla base di questa attività è quella di sensibilizzare i giovani sul fenomeno delle filter bubbles, che spesso passa inosservato. Oltre a sensibilizzare, l’attività mira a creare una simulazione in cui gli studenti possano vedere, attraverso esempi concreti, come le filter bubbles possono influenzare la nostra vita quotidiana e il modo in cui percepiamo le notizie e i media. Infine, l’attività offre diversi modi per “scoppiare la bolla” e, in questo modo, sviluppare le capacità di pensiero critico degli studenti e consentire loro di diventare cittadini più attivi e responsabili.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata:	45 minuti
Età:	15 – 20 anni
Gruppo:	Gruppo tra le 10 e le 15 persone
Finalità:	L'obiettivo dell'attività è sensibilizzare sul fenomeno delle filter bubbles e sui loro effetti negli ambienti digitali.
Obiettivi:	• Comprendere cosa sono le filter bubbles e come gli algoritmi contribuiscono alla loro formazione • Incoraggiare il pensiero critico sulle esperienze personali online • Sensibilizzare sulla diversità delle informazioni e delle fonti • Sviluppare strategie per "scappare dalla bolla"
Materiale occorrente:	Lavagna a fogli mobili o lavagna bianca Post-it e penne o pennarelli Schede con personaggi online (**vedi Allegato 5**) Accesso a un breve video esplicativo (ad esempio, il TED Talk di Eli Pariser – facoltativo)

STRUTTURA DEL WORKSHOP



1. Introduzione (5 minuti)

Inizia con una breve spiegazione delle filter bubbles: questo fenomeno si verifica quando i contenuti Internet vengono filtrati prima di raggiungere l'utente. Spiega che le bolle di filtro si verificano perché gli algoritmi che operano dietro i social media e le piattaforme tracciano i nostri "mi piace", le condivisioni, le iscrizioni e persino il tempo che dedichiamo alla visione di video o foto specifici e poi, in base al nostro comportamento, iniziano a proporci contenuti simili.

Avvia una discussione ponendo agli studenti la seguente domanda:
- "Ciò che vediamo online è filtrato in base a ciò che le piattaforme pensano che ci piaccia. Ma è sempre una cosa positiva?"

Cerca di valutare se il gruppo è più o meno consapevole dell'importanza di analizzare le notizie provenienti da fonti diverse.

Puoi scegliere di mostrare un video di 2-3 minuti o chiedere:
- "Cosa vedete di solito sui vostri feed dei social media?"
- "I vostri amici vedono gli stessi contenuti?"

Scrivete alla lavagna i termini chiave: "algoritmo", 'personalizzazione', "bias di conferma", "filter bubble" come parole chiave da ricordare dalla discussione. Cercate di farli emergere dal gruppo se gli studenti sono più informati. Altrimenti, assicuratevi di spiegarli e verificate che tutti li abbiano compresi.

2. Simulazione (15 minuti)

Dividete i partecipanti in piccoli gruppi. Ogni gruppo riceve una serie di carte che rappresentano la cronologia di navigazione di un personaggio online (ad esempio, ama i video sugli animali, legge notizie conservatrici, acquista attrezzature sportive).

Compito:
-Esaminate il feed e indovinate che tipo di contenuti vedrà questa persona domani.
-Quali contenuti potrebbero essere nascosti? In altre parole, cosa è meno probabile che appaia nei suoi feed.
-Se necessario, utilizzate una carta insieme al gruppo:
-"In base ai gusti e alle antipatie di Maria riportati sulla sua carta, probabilmente vedrà un tutorial di trucco o un video di qualcuno che esegue la coreografia dell'ultimo video musicale. I profili relativi a commenti politici o all'attualità saranno probabilmente nascosti a Maria, soprattutto perché lei eviterà attivamente questo tipo di contenuti".
-I gruppi annotano le risposte su post-it sotto le categorie: "Visibile a loro" / "Invisibile a loro".

3. Discussione di gruppo (10 minuti)

Ogni gruppo condivide ciò che il proprio personaggio ha visto o non ha visto.
Spunti di discussione:
-La persona ha ricevuto informazioni diversificate?
-In che modo questo potrebbe influenzare la sua comprensione del mondo?
-Ti sei mai sentito come se fossi in una bolla online?

4. Come scoppiare la bolla? (10 minuti)

Scrivete la domanda "Come scoppiare la bolla?" sulla lavagna o sulla lavagna a fogli mobili. Come gruppo, fate un brainstorming sui modi per sfuggire o ridurre l'effetto delle filter bubbles. Gli studenti scrivono i suggerimenti su cartoncini colorati (ad esempio, "Seguite persone con cui non siete d'accordo", "Usate piattaforme diverse", "Cancellate la cronologia di ricerca").
Tutti i suggerimenti vengono inseriti sulla lavagna o sulla lavagna a fogli mobili.

5. Conclusione (5 minuti)

Discutete con il gruppo eventuali domande in sospeso e ribadite il fatto che, sebbene gli algoritmi siano potenti, possono essere superati in astuzia e che è importante essere informati, avere una visione d'insieme e consultare più fonti.

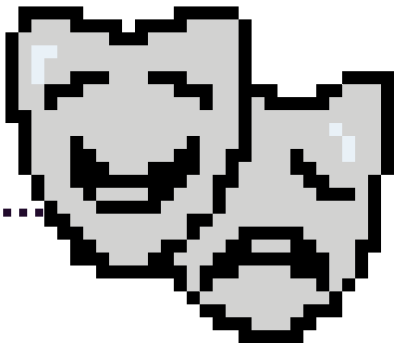
Individuare i deepfake

ATTIVITÀ 6

Questo workshop mira a spiegare il fenomeno dei deepfake, mostrare con esempi reali come si presentano, illustrare i vari strumenti da utilizzare e i passaggi da seguire per riconoscerli meglio e discutere il loro uso etico. L'attività è suddivisa in quattro parti: la prima è un'introduzione che mette a confronto due video, uno dei quali è un deepfake. La seconda parte è teorica e spiega cosa sono i deepfake e come vengono realizzati. La terza parte è un esercizio pratico per gli studenti, in cui possono allenare le loro capacità nel riconoscere quali video sono falsi. L'ultima parte è una discussione sui pericoli dei deepfake e sull'importanza di essere informati.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata:	60 minuti
Età:	15 – 20 anni
Gruppo:	Gruppo tra le 10 e le 20 persone
Finalità:	Sviluppare una consapevolezza critica della tecnologia deepfake e dei suoi potenziali usi, rischi e impatto.
Obiettivi:	• Comprendere cosa sono i deepfake e come vengono realizzati • Imparare a individuare i segni dei deepfake e valutare la credibilità dei media • Riflettere sulle implicazioni etiche dei media sintetici • Mettere in pratica strategie di verifica
Materiale occorrente:	Accesso a Internet e proiettore o lavagna interattiva Brevi videoclip reali/falsi Foglio di lavoro "Individua il deepfake" (lista di controllo) - **vedi allegato 6** Penne o dispositivi



STRUTTURA DEL WORKSHOP

1. Introduzione (10 minuti)

Il facilitatore iniziale chiede:
- “Questi video sono reali o falsi?”

Quindi mostra 2 brevi video (1 reale, 1 deepfake, senza specificare quale sia quale).
Gli studenti votano: quale è falso? Perché?

2. Capire i deepfake (15 minuti)

Breve presentazione che risponde alle seguenti domande:
- Cosa sono i deepfake?
- Come vengono realizzati?
- Dove vengono utilizzati? (satira, truffe, politica, ecc.) Se possibile, includere esempi reali.

3. Sfida “Individua il deepfake” (20 minuti)

In piccoli gruppi, gli studenti ricevono 3-4 brevi video o screenshot (pre-scaricati da fonti affidabili). Utilizzando la checklist (esaminando criteri come battiti di ciglia innaturali, illuminazione non corrispondente, espressioni facciali distorte, voce robotica, ecc.), decidono quali video/screenshot sono reali e quali sono falsi. Ogni gruppo presenta il proprio lavoro e fornisce spiegazioni.

4. Riflessione (15 minuti)

Il facilitatore utilizza domande come:
- “La tecnologia utilizzata per creare i deepfake dovrebbe essere completamente vietata?”,
- “La tecnologia utilizzata per creare deepfake è solo uno strumento?”,
- “Sono le persone a renderla dannosa?”,
- “Le leggi dovrebbero essere più severe quando si tratta di contenuti generati dall’intelligenza artificiale?”, ecc.

Per stimolare il dibattito e valutare l’atteggiamento degli studenti. Al termine della riflessione, il facilitatore dovrebbe concludere con un messaggio in cui sottolinea la necessità di essere consapevoli dell’esistenza dei deepfake e di allenarsi a riconoscerli.

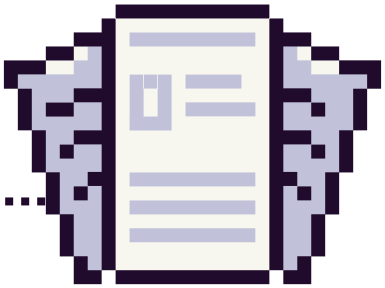
Riscrivere le notizie

ATTIVITÀ 7

In questa attività pratica, i partecipanti esplorano come l'intelligenza artificiale possa modellare il modo in cui le notizie vengono scritte e percepite. Lavorando in piccoli gruppi, ricevono un breve articolo giornalistico neutrale e utilizzano uno strumento di IA generativa per riscriverlo per pubblici e piattaforme differenti. Dopo aver presentato i loro articoli generati dall'IA, i partecipanti riflettono insieme su come il tono, la struttura e il targeting del pubblico possano spostare il messaggio in modo sottile (o non così sottile). L'attività sviluppa l'alfabetizzazione mediatica e la consapevolezza di come gli strumenti digitali possano influenzare l'opinione pubblica e il coinvolgimento.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata	60 - 90 minuti
Età	16 – 30 anni
Gruppo	da 6 a 20 participanti, che lavorano in piccoli gruppi da 3-5
Finalità	L'attività aiuta i giovani a comprendere come l'IA possa influenzare i contenuti mediatici riscrivendo una notizia per pubblici differenti. Sviluppa il pensiero critico su come il tono, l'inquadratura e la piattaforma modellino il modo in cui le informazioni vengono recepite e interpretate.
Obiettivi	• Comprendere come gli strumenti di IA possano influenzare l'inquadratura e il tono dei media • Sviluppare il pensiero critico riguardo al targeting del pubblico e ai pregiudizi • Riflettere sulle implicazioni etiche e sociali dell'IA nei media
Materiali occorrenti	• Un breve articolo giornalistico neutrale (stampato o condiviso digitalmente) • Dispositivi con accesso a internet (laptop, tablet o telefoni) • Accesso a uno strumento di IA (es. ChatGPT, Gemini, Copilot, ecc.) • Schede con istruzioni (stampate o condivise digitalmente) - **vedi allegato** • Lavagna a fogli mobili o lavagna condivisa per la discussione di gruppo



STRUTTURA DEL WORKSHOP

1. Discussione di riscaldamento (10 - 15 minuti)

Chiedi ai partecipanti:

- "Dove leggete solitamente le notizie?"
- "Avete mai visto post, articoli o titoli generati dall'IA?"
- "Cosa pensate renda un articolo giornalistico affidabile o distorto?"

Suggerimento per il facilitatore: mantieni questo momento informale e accessibile. Usa le tendenze mediatiche recenti per catturare l'attenzione. Ad esempio:

- Storie di celebrità generate dall'IA (es. interviste false, citazioni inventate o scandali immaginari).
- Deepfake in video o immagini che mostrano politici o personaggi pubblici mentre dicono o fanno cose che non hanno mai fatto.
- Troverai molte risorse web di fact-checking elencate nella sezione Fake News della nostra Pixelpedia. Consultale per trarre ispirazione!

2. Attività di riscrittura dell'articolo con l'IA (30 minuti)

Dividi i partecipanti in 2-4 piccoli gruppi di 3-5 persone.
Fornisci lo stesso breve articolo giornalistico neutrale a tutti i gruppi e concedi del tempo per leggere l'articolo.
Puoi cercare titoli di notizie recenti online o inventarne uno tu stesso. Ad esempio: "Un automobilista ferisce persone che attraversano la strada."
Cerca qualcosa di sufficientemente neutrale dove dettagli aggiuntivi (come età, nazionalità, occupazione o background familiare) possano sottilmente cambiare il tono e la percezione della storia.
Quindi, chiedi ai partecipanti di utilizzare uno strumento di IA generativa (es. ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude) per riscrivere l'articolo secondo le schede con istruzioni (Destinatario, Tono, Impatto Emotivo).
Assegna le schede con istruzioni in sequenza, rivedendo l'articolo dopo ogni scheda (3 volte in totale).
Usa le istruzioni fornite o schede vuote per aggiungere contenuti più adatti al tuo pubblico.
Suggerimento per il facilitatore: offri alcuni prompt pre-scritti per aiutare i partecipanti a iniziare, se necessario. Gira tra i gruppi e aiuta con eventuali problemi tecnici o di brainstorming.
Prompt IA suggeriti:

- "Riscrivi questo articolo come se fosse rivolto a [pubblico] e pubblicato su [piattaforma]. Usa un [tono: persuasivo, formale, emotivo, ecc.]."
- "Aggiungi un titolo coinvolgente per [pubblico]."
- "Enfatizza l'impatto emotivo/sociale/politico di questa storia per [gruppo]."

3. Presentazioni dei gruppi e discussione (15-25 minuti)

Chiedi a ciascun gruppo di leggere o riassumere il proprio articolo generato dall'IA. Poi, conduci una discussione di gruppo:

- Quali differenze avete notato tra le versioni?
- Come sono cambiati il tono, la scelta delle parole o l'enfasi?
- La nuova versione potrebbe essere fuorviante o emotivamente manipolativa?
- Quanto è facile distorcere i fatti mantenendoli "tecnicamente" veri?

Suggerimento per il facilitatore: incoraggia il dibattito! Alcuni gruppi potrebbero sentire che la loro versione è migliore o più coinvolgente. Guida la discussione verso la consapevolezza critica, non solo verso la creatività.

4. Conclusione e riflessione (15-20 minuti)

Possibili domande per il debriefing:

- Cosa cercherete ora quando leggete contenuti online?
- Come potete essere più consapevoli riguardo a ciò che condividete o a cui credete?
- Quale ruolo giocate voi come partecipanti attivi e responsabili dei media?
- Cosa vi aspettereste da una testata giornalistica affidabile quando si tratta di utilizzare l'IA?

Suggerimento per il facilitatore: l'IA non è intrinsecamente buona o cattiva. È uno strumento. Ciò che conta è come viene utilizzata e se i creatori sono trasparenti ed etici. Incoraggia i partecipanti a riflettere sul ruolo che noi giochiamo come utenti e/o creatori di media nella nostra società.

Allegati

Scarica le schede con istruzioni dal modello Canva (link qui sotto) e stampale. Assicurati di utilizzare la stampa fronte-retro in modo che il fronte e il retro di ogni scheda si allineino correttamente.
Ogni foglio include 4 schede, che dovranno essere ritagliate e utilizzate durante l'attività. Per ogni turno dell'attività, dai a ciascun gruppo una scheda in modo che abbiano istruzioni chiare da seguire.
C'è anche un foglio con schede vuote che i facilitatori possono utilizzare per creare istruzioni personalizzate (es. destinatari, piattaforme, toni o impatti diversi più adatti ai profili dei partecipanti).
Infine, è disponibile una versione digitale delle schede su Genially e può essere utilizzata se il workshop viene svolto online.

Chi Viene Visto?

ACTIVITÀ 8

I partecipanti simulano il comportamento di un algoritmo dei social media curando un feed per utenti fittizi. Attraverso la discussione e l'analisi di gruppo, esplorano chi ottiene visibilità online, chi no e perché questo è importante per la democrazia, l'inclusione e la cittadinanza digitale.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata	60 - 90 minuti
Età	16 – 30 anni
Gruppo	da 6 a 20 participanti, suddivisi in piccoli gruppi di 3-5
Finalità	Questa attività aiuta i giovani a comprendere come gli algoritmi influenzano quali contenuti vengono promossi o nascosti online. Incoraggia la riflessione critica sulla visibilità online, i pregiudizi e la partecipazione digitale etica.
Obiettivi	• Comprendere come gli algoritmi influenzano quali contenuti ottengono visibilità online • Riflettere su quali voci vengono amplificate o silenziate • Incoraggiare una partecipazione consapevole ed etica negli spazi digitali
Materiali richiesti	• Schede di contenuto (stampate o condivise digitalmente) - **vedi Allegato 8** • Post-it o adesivi (per feedback rapidi o riflessioni di gruppo) • Carta da lavagna a fogli mobili o lavagna per la discussione di gruppo

STRUTTURA DEL WORKSHOP



1. Discussione di riscaldamento (10-15 minuti)

Inizia chiedendo ai partecipanti:

- "Che tipo di post vedete solitamente per primi sui social media?"
- "Perché alcuni post diventano virali mentre altri vengono appena visti?"
- "Pensate che la voce di tutti abbia le stesse possibilità di essere ascoltata online?"

Suggerimento per il facilitatore: se necessario, incoraggia i partecipanti iniziando con domande semplici e accessibili come "Qual è l'ultima cosa che avete messo 'mi piace' o condiviso online?" per farli riflettere sulle proprie abitudini di feed.

2. Gioco di simulazione: "Sii l'algoritmo" (30 minuti)

Dividi i partecipanti in 2-4 piccoli gruppi di 3-5 persone.
Dai a ciascun gruppo una delle schede del profilo utente fittizio (o lasciali scegliere quelle più rilevanti per loro):
Fornisci a ciascun gruppo un set di schede di contenuto campione (titoli, meme, aggiornamenti di notizie, pubblicità, storie personali, ecc.).
Ogni gruppo interpreta il ruolo di un algoritmo dei social media. Il loro compito è curare un feed per il profilo utente assegnato per massimizzare il coinvolgimento:

- Selezionando quali contenuti appaiono per primi (i primi 3)
- Spiegando perché hanno scelto di promuovere o nascondere determinati contenuti
- Pensando a come l'algoritmo "sa" cosa mostrare (like, seguiti, commenti, ecc.)

Suggerimento per il facilitatore: assicurati che ogni gruppo comprenda chiaramente il proprio profilo utente e l'obiettivo: non stanno pubblicando contenuti ma curando un feed come se fossero l'algoritmo.

3. Presentazioni dei gruppi e riflessione (15-25 minuti)

Ogni gruppo condivide il proprio profilo utente, il feed curato e la motivazione dietro le proprie scelte.
Poi guida una riflessione con domande come:

- "Quali voci sono state amplificate? Quali sono state silenziate?"
- "Il contenuto selezionato ha creato una visione equilibrata o ha rafforzato una visione ristretta?"
- "Come si collega questo alla vostra esperienza online personale?"

Suggerimento per il facilitatore: fai domande di confronto come "Qualche gruppo ha promosso o nascosto lo stesso contenuto per motivi diversi?" per evidenziare come gli algoritmi possano creare realtà molto diverse.

4. Conclusioni e riflessione personale (15-20 minuti)

Concludi con uno o due spunti finali come:

- "Cosa vi ha sorpreso di questa attività?"
- "A cosa farete più attenzione ora nel vostro feed?"
- "Qual è una cosa che potreste fare per essere più intenzionali riguardo a chi e cosa seguite online?"

Suggerimento per il facilitatore: aiuta i partecipanti a collegare l'attività alla propria esperienza chiedendo loro di nominare una voce che vorrebbero sentire di più nel loro feed, e perché.

Allegati

L'attività utilizza due set di schede: schede del profilo utente e schede di contenuto.

- Puoi scaricare e adattare il modello Canva dal link fornito.
- Ogni foglio contiene 4 schede che dovrebbero essere stampate fronte-retro (se possibile) e poi ritagliate.
- Il modello include:
  - 4 schede del profilo utente fittizio
  - 12 schede di contenuto campione (titoli, meme, pubblicità, post personali, ecc.)
  - 4 schede vuote che i facilitatori possono compilare con nuovi utenti o contenuti per rendere l'attività più rilevante al contesto dei partecipanti.

Per la consegna online, è disponibile una versione digitale delle schede su Genially. Questo permette ai partecipanti di selezionare e ordinare le schede sullo schermo, replicando l'attività senza materiali stampati.

“Diventiamo ciò che vediamo”: il potere dei social media.

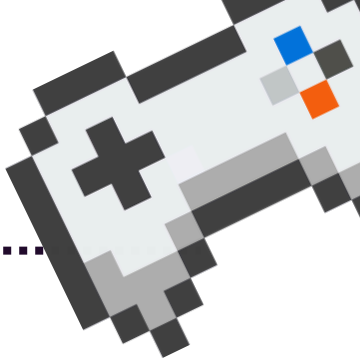
ACTIVITÀ 9

Quando gli utenti pubblicano qualcosa sui social media, offrono una rappresentazione ristretta della realtà che spesso può diventare l'unica finestra sul mondo che le persone hanno.

Giocando a un breve gioco online gratuito chiamato "We Become What We Behold" i giocatori potranno riflettere in modo critico sull'effetto che i social media hanno sui nostri comportamenti e sulla nostra società.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata:	50 minuti
Età:	16+ anni
Gruppo	Minimo 12 persone
Finalità	Sottolineare il potere di influenza dei social media.
Obiettivi:	• Ampliare la consapevolezza dell'impatto dei social media sulla società • Sviluppare capacità di pensiero critico e analitico • Coltivare un senso di responsabilità del proprio comportamento sui social media • Coltivare e mantenere una discussione critica con altri colleghi sul ruolo dei social media nella nostra società
Materiali richiesti:	Un computer o dispositivo mobile connesso a Internet Proiettore/lavagna interattiva con altoparlanti audio Link al videogame: https://ncase.itch.io/wbwwb



STRUTTURA DEL WORKSHOP

1. Introduzione e contesto (5 minuti)

Breve presentazione del gioco (senza spoiler):
"Giocheremo a un breve videogioco che simula il funzionamento dei media. Il vostro compito è semplice, ma alla fine rifletteremo su alcune questioni importanti".
Istruzioni: "Fate molta attenzione a quello che succede e a quale sia il vostro ruolo nel gioco".

2. Gioco collettivo (10 minuti)

Dividere i partecipanti in 2-4 piccoli gruppi di 3-5 persone.
L'educatore (o uno studente volontario) gioca al gioco proiettato su uno schermo o su una lavagna interattiva. Gli studenti suggeriscono su cosa fotografare o su cosa concentrarsi.
In alternativa, se sono disponibili dispositivi, gli studenti possono giocare in piccoli gruppi (2-3 studenti per computer/tablet), mentre il facilitatore circola e osserva.

3. Discussione guidata (10 minuti)

L'insegnante coinvolge la classe in una discussione collettiva usando queste domande come suggerimento:

- "Cos'è successo nel gioco?"
- "Qual era il nostro ruolo?"
- "Che emozioni hai provato?"
- "Perché pensi che il gioco finisca così?"
- "Sembra realistico in termini di come funzionano i media nella vita reale?"

4. Debriefing (15 minuti)

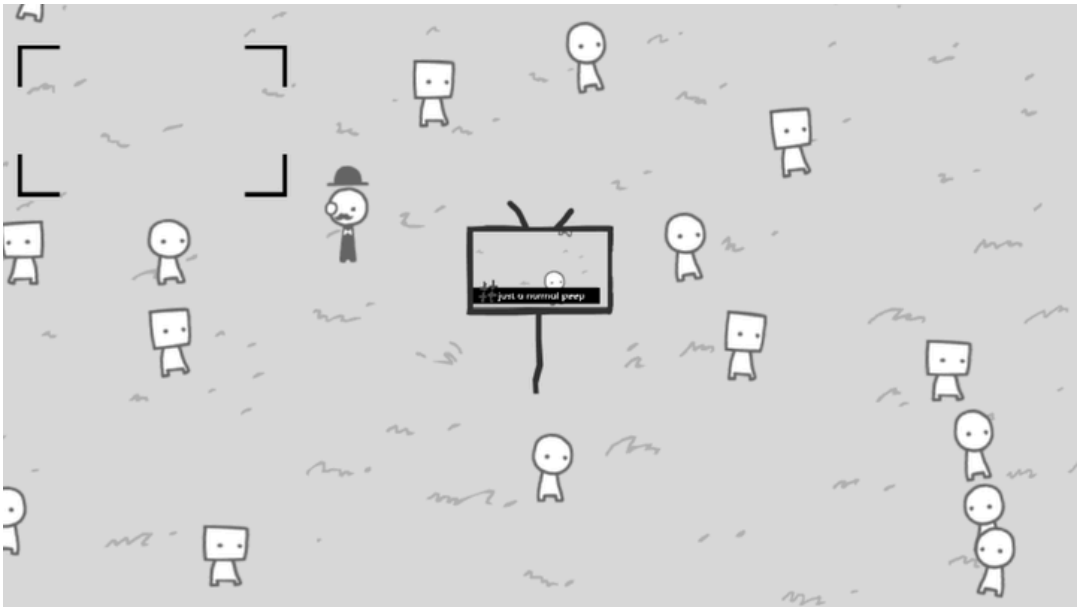
Dividere la classe in piccoli gruppi. Ogni gruppo riceve una domanda o un compito:
Gruppo A: "Cosa rappresentano i personaggi del gioco nella società reale?"
Gruppo B: "Qual è il ruolo del fotografo? Sono veramente neutrali?"
Gruppo C: "Quali meccanismi mediatici reali sono rappresentati nel gioco?"
Gruppo D: "Come possiamo evitare gli effetti negativi mostrati nel gioco nella vita reale?"

Ogni gruppo prepara un breve riassunto (2-3 frasi).

5. Condivisione e conclusioni (10 minuti)

Ogni gruppo presenta brevemente le proprie idee.
Il facilitatore chiude con un collegamento all'educazione civica e all'alfabetizzazione mediatica:

- "Questo gioco ci ha mostrato quanto facilmente la realtà possa essere manipolata. Come possiamo diventare cittadini critici quando affrontiamo ciò che vediamo ogni giorno sui social media, in TV o online?"



PImmagne trattta dal videoigoco “Siamo ciò che vediamo”: https://ncase.itch.io/wbwwb

“Diventiamo ciò che vediamo. Diamo forma ai nostri strumenti, e poi i nostri strumenti danno forma a noi". (Marshall McLuhan)

Oltre il pixel: “Identità di genere nei videogiochi”

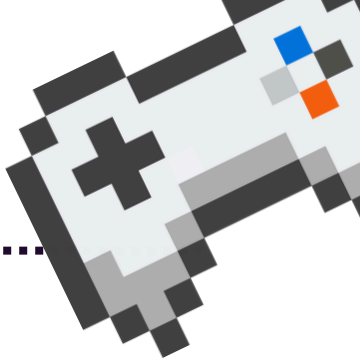
ACTIVITÀ 10

Questioni quali la rappresentazione del genere, della sessualità, della razza e della classe sociale hanno assunto particolare rilevanza nella fruizione dei media contemporanei. In particolar modo i videogiochi sono uno dei prodotti culturali che influenzano e contribuiscono alla costruzione di un immaginario di ruoli di genere socialmente condiviso, educando alla femminilità e alla mascolinità in modo informale. Media tradizionalmente destinati allo sguardo del target primario del maschio bianco eterosessuale con proposte di ruoli di genere standardizzati, propongono sempre più rappresentazioni complesse e in trasformazione. Nello specifico, la rappresentazione delle figure femminili ha assistito ad un’importante trasformazione, per cui l’archetipo classico della damigella in pericolo, presente nei primi videogiochi degli anni Ottanta, è stato a progressivamente sostituito da nuovi modelli più sfaccettati, articolati e non facilmente classificabili e che potrebbero portare i videogiocatori – adolescenti e adulti, maschi e femmine – a sperimentare nuove esperienze ed interiorizzare modelli di genere non tradizionali. E questo non soltanto da un punto di vista “estetico-narrativo” ma anche strutturale, di gameplay che propongono azioni e scelte più ampie.
SI propone, dunque, una riflessione sulle esperienze di videogiochi e sul loro rolo come sistema di comunicazione, articolando il workshop in due momenti differenti.

DESCRIZIONE DELL'ATTIVITÀ

Durata:	2 sessioni per un totale di 3 ore e mezza (o meno attività in un giorno)
Età:	16+ anni
Grouppo:	Minimo 15 persone
Finalità:	Sviluppare una consapevolezza critica della rappresentazione dell'identità di genere nei media digitali e promuovere discussioni rispettose e inclusive sulle questioni di genere
Obiettivi:	• Riconoscere gli stereotipi e le rappresentazioni innovative nei videogiochi • Comprendere l'importanza della rappresentazione autentica nelle narrazioni interattive • Sviluppare capacità di analisi critica per contenuti multimediali • Promuovere l'empatia attraverso esperienze di gioco condivise • Analizzare come i videogiochi possono essere potenti strumenti narrativi per esplorare identità complesse
Materiali necessari:	Computer connesso a Internet Proiettore/lavagna interattiva con altoparlanti audio Carta A3 e A4 Matite colorate, pennarelli Flipchart o lavagna bianca Post-it colorati Videogames: (accesso vedi **Annessi**) Florence (iOS/Android/PC) Tell Me Why (PC/PlayStation/Xbox): Life is Strange: True Colors (PC/PlayStation/Xbox)

STRUTTURA WORKSHOP



Prima sessione (giorno)

1. Introduzione di gruppo con attività “Avatar e Identità” (30 minuti)

Avviare un cerchio di presentazione con nome e "personaggio videoludico preferito" e perché.

- Attività: “Disegna un avatar che ti rappresenta in un videogioco. Non deve essere realistico, ma dovrebbe comunicare qualcosa di importante su di te. Potrebbe essere in qualsiasi tipo di gioco (realistico, cartoonesco, basato su blocchi, ecc.)." – usare carta, matite colorate)
- Condivisione: ogni partecipante presenta brevemente il proprio avatar

2. Esplorazione teorica partecipativa (10 minuti di brainstorming + 30 minuti di discussione di gruppo = 40 minuti)

Dividere i partecipanti in 2-4 piccoli gruppi di 3-5 persone.

- Inizia una sessione di brainstorming collettiva ponendo la domanda: "Quando pensi ai personaggi dei videogiochi, quali differenze noti tra personaggi maschili e femminili?"
- L'insegnante raccoglie le osservazioni su lavagna/flipchart

- Divisione in piccoli gruppi (3-4 persone per gruppo). Ogni gruppo discute le domande:

“Quali stereotipi di genere hai notato nei videogiochi che conosci?”
“Conosci personaggi che sfuggono a questi stereotipi?”
“Cosa rende un personaggio “autentico” per te?”

Le risposte possono essere raccolte su un poster/infografica..

3. Condivisione plenaria e debriefing (20 minuti)

Ogni gruppo condivide 2-3 intuizioni dalla loro discussione.

Seconda session (giorno)

1. Esperienza di gioco approfondita (60 minuti)

Avvia tre stazioni con rotazione (circa 20 minuti ciascuna) per giocare a tre modelli videoludici diversi e nuovi:

- Florence: Intimità e relazioni
- Tell Me Why: Identità transgender e famiglia
- Life is Strange-True Colors: Diversità e comunità

2. Analisi collaborativa (30 minuti)

Gruppi misti per il confronto tra i tre titoli.
Creazione di mappe di concetto comparative su questo focus:

- meccanica narrativa in relazione all'identità di genere
- rappresentazioni estetiche
- "Che cosa ti aspettavi? Quello che ti aspettavi è successo?"
- "Avresti potuto fare altre o cose diverse?"
- "Cosa cambieresti del gioco?"
- "Quali attività aggiungereste nel gioco?

Presentazione delle principali proposte e idee.

3. Creative design (20 minutes)

- "Il videogioco che vorrei": quali attività e performance ti piacerebbe vedere? Idee per rappresentazioni autentiche
- Oppure "Come miglioreresti le rappresentazioni dell'identità di genere nel tuo gioco preferito? Ci sono già buoni punti? Quali aspetti trovate negativi?"

Chiusura con l'identiticazione di parole chiavi dle percorso.

ALLEGATI

ATTIVITÀ 1 - Identificare i pregiudizi cognitivi: “il tuo cervello sta mentendo (a volte)”

Clicca **QUI** per scaricare le immagini per spiegare e illustrare i pregiudizi cognitivi dell’attività

ATTIVITÀ 2 - Interazioni para-sociali e relazione: “Costruire il tuo ID/ passaporto digitale sicuro”

Clicca **QUI** per scaricare o utilizzare la versione digitale dell'ID/passaporto digitale Safe da riempire durante l'attività

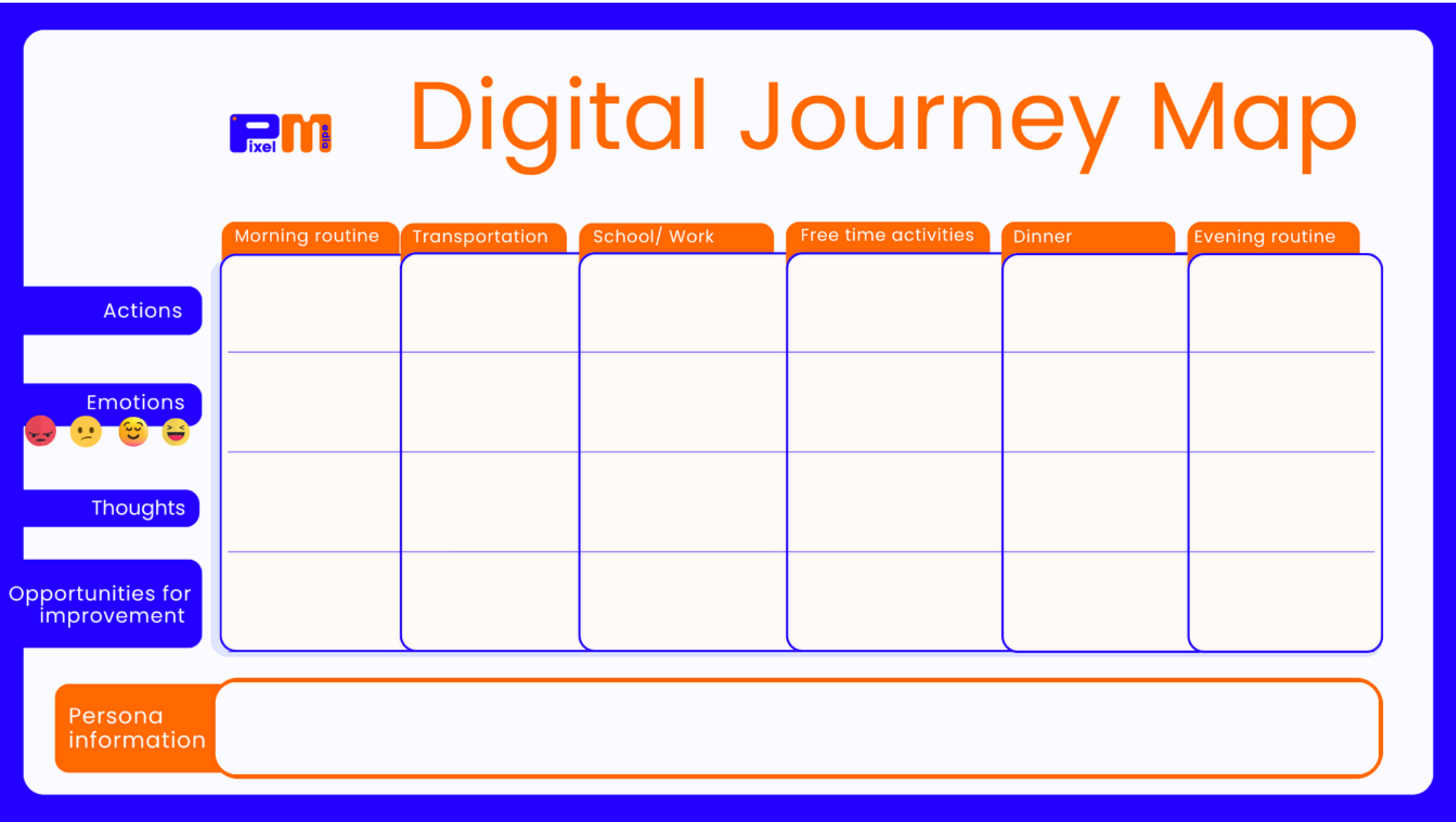
ATTIVITÀ 4 - Mappa del percorso digitale: “Navigare nel rumore”

Vedi pagina seguente.

ATTIVITÀ 5 - Scoppiare la bolla: “Comprendere le bolle filtranti”

Clicca **QUI** per scaricare le schede.

ATTIVITÀ 4 - Mappa del percorso digitale: “Navigare nel rumore”



ATTIVITÀ 6 - Individuare i deepfake

Co-funded by the European Union

PREPOZNAJ DIPFEJK

Savet za učenike

Ako imate osećaj da nešto nije dobro (čudno je i deluje fejk, ali je teško objasniti zašto), verujte tom osećaju — dipfejk je u tim detaljima. Kada gledate video ili posmatrate fotografiju, zapitajte se:

Lice

- Da li lice deluje previše glatko ili previše izborano u poređenju sa ostatkom tela? ☐
- Da li koža, kosa i oči izgledaju kao da pripadaju osobi istih godina? ☐

Oči i obrve

- Da li senke oko očiju i obrva deluju prirodno? ☐
- Da li svetlost dolazi do očiju na prirodan način u tom okruženju? ☐

Naočare

- Da li postoji odsjaj u naočarima? ☐
- Da li se odsjaj pomera prirodno kada osoba pomera glavu? ☐

Brada

- Da li brada, brkovi ili zalisci izgledaju prirodno — ili izgledaju kao da su nacrtani? ☐
- Ako osobe nemaju bradu, da li im koža izgleda previše ravno tamo gde bi inače bila brada? ☐

Detalji na licu

- Da li mladeži ili pege izgledaju realistično — da li ostaju na istom mestu kada se lice pomera? ☐

Traptanje

- Da li trepću premalo ili prečesto, da li trepću u čudnom ritmu? ☐

Usta i usne

- Da li pokreti usana odgovaraju rečima koje se izgovaraju ili dolazi do nepoklapanja (kao kod loše sinhronizacije)? ☐

ATTIVITÀ 7 - Riscriviamo la notizia

Scarica le schede brevi dagli allegati (**link**) e stampale. Assicurati di utilizzare la stampa fronte-retro in modo che la parte anteriore e posteriore di ogni carta si allineino correttamente.
Ogni foglio include 4 carte, che devono essere ritagliate e utilizzate durante l'attività. Per ogni round dell'attività, dare a ciascun gruppo una carta in modo che abbiano un chiaro brief da seguire.
C'è anche un foglio con schede vuote che i facilitatori possono utilizzare per creare brief personalizzati (ad esempio diversi target, piattaforme, toni o impatti più adatti ai profili dei partecipanti).
Infine, una versione digitale delle carte è disponibile su Genially e può essere utilizzata se il workshop viene consegnato online.
Genially: https://view.genially.com/68fb331bbdb10a850f4d34c8/presentation-riscrivi-le-news-preparati-a-giocare

ATTIVITÀ 8 - Riscriviamo la notizia

L'attività utilizza due serie di carte: schede del profilo utente e schede di contenuto.

- È possibile scaricare e adattare il modello Canva dal link fornito.
- Ogni foglio contiene 4 carte che devono essere stampate fronte/retro (se possibile) e poi ritagliate.

Il template include:

- 4 schede di profilo utente fittizie
- 12 schede di contenuto di esempio (titoli, meme, annunci, post personali, ecc.)
- 4 schede bianche che i facilitatori possono riempire con nuovi utenti o contenuti per rendere l'attività più rilevante per il contesto dei partecipanti.

Per la consegna online, una versione Genially digitale delle carte è disponibile qui: https://view.genially.com/68fb341c9e7bf92505aeb00c/presentation-chi-viene-visto-preparati-a-giocare

ATTIVITÀ 10 - Oltre il pixel: "L'identità di genere nei videogiochi"

Videogames:
Florence (iOS/Android/PC)

- Trailer: https://www.youtube.com/watch?v=GkxOJh3hClU
- Full gameplay: https://www.youtube.com/watch?v=c0Hmvev5r7A&t=1212s

Tell Me Why (PC/PlayStation/Xbox):

- Trailer: https://www.youtube.com/watch?v=DRN2VgTB-J8
- Full gameplay: https://www.youtube.com/watch?v=D9vr6WYQFVc

Life is Strange: True Colors (PC/PlayStation/Xbox)

- Trailer: https://www.youtube.com/watch?v=mpRhaXfvG_0
- Full gameplay: https://www.youtube.com/watch?v=qYnhpWf20So

RIFERIMENTI

ATTIVITÀ 1 - Identificare i pregiudizi cognitivi: “il tuo cervello sta mentendo (a volte)”

- Masotina, M. (2024, August 26). Cognitive biases in news-making and fact-checking: A mixed methods approach. EDMO. Retrieved from https://edmo.eu/blog/cognitive-biases-in-news-making-and-fact-checking-a-mixed-methods-approach/

- Buss, David M. (2015). The Handbook of Evolutionary Psychology (Buss/The Handbook of Evolutionary Psychology) || The Evolution of Cognitive Bias. , 10.1002/9780470939376(), 724–746. https://doi.org/10.1002/9780470939376.ch25

- Pilat, D., & Sekoul, K. (2021). In-group bias. The Decision Lab. Retrieved from https://thedecisionlab.com/biases/in-group-bias?utm_source=

- Udry, J., & Barber, S. J. (2024). The illusory truth effect: A review of how repetition increases belief in misinformation. Current Opinion in Psychology, 56, 101736. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101736

- Friedman, H. H. (2023). How to overcome cognitive biases that skew your perception and lead to bigotry. SSRN. https://doi.org/10.2139/ssrn.4507064

- Pilat, D., & Sekoul, K. (2021). Anchoring bias. The Decision Lab. Retrieved from https://thedecisionlab.com/biases/anchoring-bias

- Padalia, D. (2014). Conformity bias: A fact or an experimental artifact? Psychological Studies, 59, 10.1007/s12646-014-0272-8. https://doi.org/10.1007/s12646-014-0272-8

- Pilat, D., & Sekoul, K. (2021). Illusory truth effect. The Decision Lab. Retrieved from https://thedecisionlab.com/biases/illusory-truth-effect

- Lauren, B. (2023). Authority bias. The Decision Lab. Retrieved from https://thedecisionlab.com/biases/authority-bias

REFERIMENTI

ATTIVITà 2 - Interazioni para-sociali e relazione: “Costruire il tuo ID/ passaporto digitale sicuro”

- Bennett, N.-K., Rossmeisl, A., Turner, K., Holcombe, B. D., Young, R., Brown, T., & Key, H. (2020, February 18). Parasocial relationships: The nature of celebrity fascinations. Find a Psychologist.

- Montgomery County Public School (2024, September 14). Youtube video. Retrieved from: https://www.youtube.com/watch?v=ru5lEApYnvw

- National Geography. Allegra Rosenberg (2024, October 30). Retrieved from: https://www.nationalgeographic.com/science/article/parasocial-relationships-social-media

ATTIVITÀ 3 - REALE VS. FALSO

- FECE, EKO, & EUROSUD. (2023, April 3). Training toolkit on citizen journalism. FECE. https://jour-you.eu/wp-content/uploads/2023/08/JOUR-YOU-Training-toolkit-EN.pdf

- Ауад, Г., Черешарова, М., Галев, П. & Босев, Р. (2021). Пътеводител за проверка на факти в дигитална среда. Асоциация на европейските журналисти-България. https://aej-bulgaria.org/wp-content/uploads/2021/04/%D0%9F%D1%8A%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8-%D0%B2-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0-2021-%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D1%8A%D0%BB%D0%BD%D0%B5%D0%BD.pdf

- Марчев, Г. & Тулечки, Н. (2023). Пътеводител за проверка на факти. FactCheck.bg. https://factcheck.bg/wp-content/uploads/2023/05/Fact-checking-bg-Guide.pdf

RIFERIMENTI

ATTIVITÀ 4 - MAPPA DEL VIAGGIO DIGITALE: “NAVIGARE IL RUMORE”

- Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens – With new examples of knowledge, skills and attitudes (EUR 31006 EN). Publications Office of the European Union. https://doi.org/10.2760/115376

- European Commission. (2021, February 11). Personas under the Blueprint of the European Partnership on Active and Healthy Ageing (EIP on AHA) [Factsheet]. WE4AHA Coordination and Support Action (CSA) 2017–2020. https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/personas-under-blueprint-european-partnership-active-and-healthy-ageing-eip-aha

- Gibbons, S. (2018, December 9). Journey mapping 101. Nielsen Norman Group. https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/

ATTIVITÀ 5 - Scoppiare la bolla: “Comprendere le bolle filtranti”

- Pariser, E. (2011, March). Beware online "filter bubbles". [Video]. TED. https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles

ATTIVITÀ 6 - Spotting Deepfakes

- Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security. California Law Review, 107(6), 1753–1819. https://doi.org/10.2139/ssrn.3213954

- Freedom Forum. (n.d.). How to spot a deepfake. https://www.freedomforum.org/how-to-spot-a-deepfake/

RIFERIMENTI

ATTIVITÀ 7 - Riscriviamo la notizia

- Mahadevan, A. (2024, 10 April). AI is already reshaping newsrooms, AP study finds, Poynter. https://www.poynter.org/ethics-trust/2024/artificial-intelligence-transforming-journalism/

- Case, N. (April 2024). AI Safety for Fleshy Humans, Hack Club. https://aisafety.dance/

- Steering Committee on Media and Information Society (CDMSI), Council of Europe (2023, 30 November). https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/-/guidelines-on-the-responsible-implementation-of-artificial-intelligence-ai-systems-in-journalism

ATTIVITÀ 8 - Chi si vede?

- Ross Arguedas, A. (2025). 'How Audiences Think about News Personalisation in the AI Era', Chapter 2.3, Digital News Report 2025, Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-06/Digital_News-Report_2025.pdf?utm_source=substack&utm_medium=email

- Exposure Lab (April 2020). https://thesocialdilemma.com/

- IREX Media Literacy in the Baltics, (2022, 6 Jul). Social Media as a News Source Very Verified online course on media literacy. https://www.youtube.com/watch v=yzgLvTy17co&ab_channel=IREXMediaLiteracyintheBaltics

ATTIVITÀ 10 - Oltre il pixel: "L'identità di genere nei videogiochi"

- https://annapurnainteractive.com/en/games/florence

- https://www.tellmewhygame.com/

- https://lifeisstrange.square-enix-games.com/en-us/games/life-is-strange-true-colors

https://pixelmedia-project.eu/

Cofinanziato dall'Unione europea

Questo manuale di attività è destinato a servire come guida pratica per gli educatori per incorporare efficacemente l'educazione all'alfabetizzazione mediatica e il videogioco del nostro progetto nelle loro pratiche. Pixel Media: Video Game to Develop Media Literacy (CREA-CROSS-2024-MEDIALITERACY 101186931) è stato cofinanziato dall'Unione Europea. Le opinioni e le opinioni espresse sono tuttavia quelle dell'autore (s) solo e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'ACEA possono essere ritenuti responsabili per loro.

Questo lavoro è concesso in licenza sotto l'attribuzione Creative Commons-Licenza internazionale non commerciale-noDerivatives 4.0. http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

YuzuPulse LogoPsyCom RINOVA innovar, crear & regenerar PENS ALMA MATER STUDIORUM UNIVERSITÀ DI BOLOGNA ΦΠΚΟ FECE