

L'attivazione del pensiero critico e la consapevolezza delle masse di spettatori: dall'affidabilità delle fonti alle relazioni tra internauti. La cittadinanza attiva anche nel mondo digitale. Modelli da condividere.

Corso di Formazione
rivolto dall'Ufficio Scolastico per la Lombardia e da Regione Lombardia
ai referenti bullismo/cyberbullismo della Lombardia

Incontro a cura di Cuore e Parole Onlus



L'incontro: i relatori

Tre specialisti ad interagire per Cuore e Parole Onlus:

- Paola Brodoloni, giornalista e fondatrice di Cuore e Parole
- Lucia Ivona, councillor biosistemico e referente progetti di Cuore e Parole
- Cristina Mastronardi, psicologa e psicoterapeuta EMDR

E' prevista la creazione di un *videomemorandum* per i docenti iscritti al corso, strumento di formazione anche per le «agenzie educative» non direttamente coinvolte nel corso.

Chi siamo

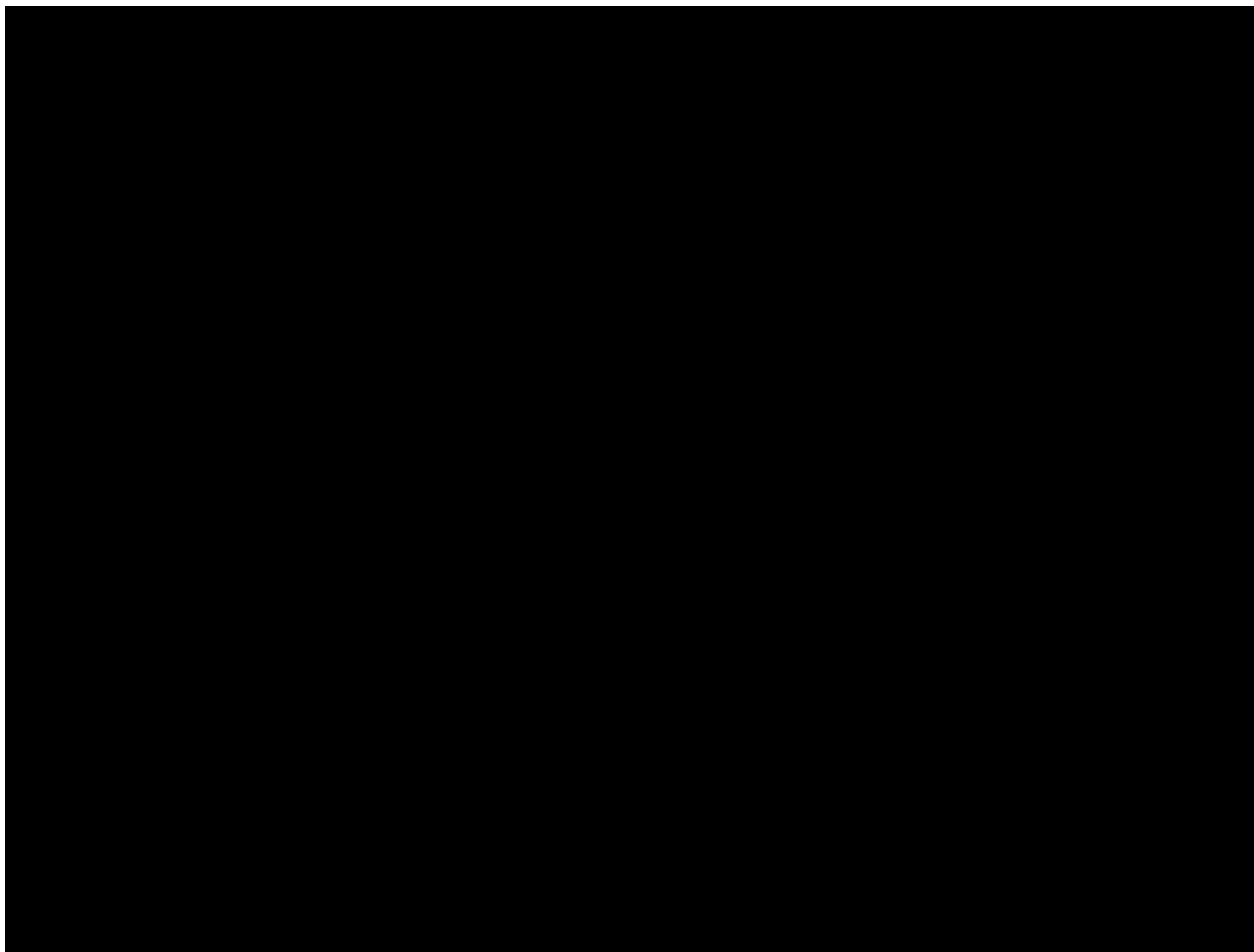
Dal 2004 l'associazione **Cuore e Parole Onlus** è impegnata nel **contrasto** e nella **prevenzione delle diverse forme di manifestazione del disagio giovanile**, con particolare attenzione al problema della violenza fra pari e del fenomeno del bullismo e del cyberbullismo.

Le attività includono **laboratori in-formativi per educatori e genitori**, **percorsi edu-creativi e workshop studiati per le 3 fasce scolastiche** che hanno coinvolto ad oggi oltre **130.000 studenti** con le loro famiglie e **13.400 scuole di tutta Italia con i loro docenti**.



Largo ai giovani!

«Il ragazzo distratto», video realizzato da una classe vincitrice del bando creativo «SCELGO IO!» nell'ambito del progetto «Generazioni Connesse». <https://www.youtube.com/watch?v=ZxtKm87N8vM>



L'incontro: i temi

L'incontro intende contribuire a dotare le “agenzie educative” degli strumenti utili ad **attivare il pensiero critico dei minori in merito all'informazione virale e alle relazioni digitali**, generando un percorso di presa di coscienza del proprio sé sulla Rete. Gli attacchi tra pari vi sussistono, così come le false notizie, poiché masse indistinte ed inerti di spettatori “guardano” senza intervenire. Si condividono con i docenti i meccanismi di **prevenzione, segnalazione, difesa e denuncia sui social network**, per poter **sensibilizzare la comunità scolastica al “soccorso” digitale**.

Blocco 1:

Fake news e aggressività digitale. Un focus sulle motivazioni.

Blocco 2

Dalle gogne mediatiche al cyberbullismo. Riflessioni e ricerche.

Blocco 3

Le parole sono azioni: la comunicazione ecologica. Analisi e suggerimenti concreti.

La falsa informazione nella Storia: un focus sul perché

Le false notizie, fatte circolare mediante passa-parola, nella Storia hanno avuto molteplici ruoli e finalità:

- **celebrare / delegittimare** personalità di spicco, estremizzandone alcune caratteristiche;
- **incentivare** il malcontento popolare e «infuocare» le masse contro i vertici sociali;
- **spiegare** fatti storici, dando una *ratio* ad eventi difficili da comprendere ai più ed utilizzando il mito e la leggenda come giustificazione del potere;
- **generare superstizioni e scaramanzie** per illudere il popolo di essere artefice del proprio destino.

La falsa informazione: partiamo dal mito...

Gilgameš: tra mito e realtà, tra divino e umano



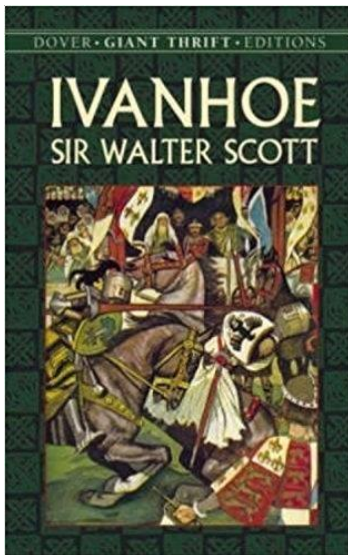
Gilgamesh Eroe dell'epica mesopotamica che per alcuni studiosi sarebbe da identificare con il quinto re della 1^a dinastia di Uruk, secondo la Lista reale sumerica. Figlio della dea Ninsun e del re di Uruk Lugalbanda, è considerato per due terzi dio e per un terzo uomo da una tradizione letteraria del periodo di Ur III (fine del 3° millennio), ma è già ricordato come dio nell'onomastica di Fara (metà del 3° millennio). È il protagonista di cinque composizioni epiche sumeriche e di un grande poema in accadico, di cui sono conservate anche redazioni frammentarie in lingua ittita e urrita: l'epopea di G. è l'opera mesopotamica che più influenza ha avuto nella letteratura, nella religione e nell'arte dell'antico Oriente.

Legittimazione del potere reale mediante il ricorso al mito

La falsa informazione: una fiction letteraria

Scott e Manzoni: i manoscritti ritrovati?

Autorevolezza storico-narrativa a partire da un'invenzione letteraria



"Ma, quando io avrò durata l'eroica fatica di trascriver questa storia da questo dilavato e graffiato autografo, e l'avrò data, come si suol dire, alla luce, si troverà poi chi duri la fatica di leggerla?"...

Rilettura di fatti storici in chiave letteraria

La falsa informazione: i «granchi» di Modigliani

La «Burla» di Livorno



Una vecchia leggenda: Modigliani avrebbe gettato nei fossi livornesi quattro sculture perché da lui stesso ritenute insoddisfacenti. Inizia quindi la dragatura dei canali, un'operazione con grande risonanza nei media. Tre studenti universitari livornesi, Michele Ghelarducci, Pietro Luridiana e Pierfrancesco Ferrucci, sono in vena di scherzi. Decidono di scolpire una testa con tratti duri e lunghi tipici di Modigliani, e gettarla nei fossi. La scavatrice, finanziata dal comune di Livorno (nel 1984), perlustra i fossi e accade il "miracolo"; sotto i riflettori delle truppe televisive le ruspe agguantano la testa.

Per quaranta giorni l'altezzoso mondo dell'arte grida al capolavoro. Poi i falsari decidono di confessare tutto in un'intervista a Panorama e il settimanale pubblica alcune foto scattate dei tre studenti in un giardino nel momento stesso in cui compiono l'opera.

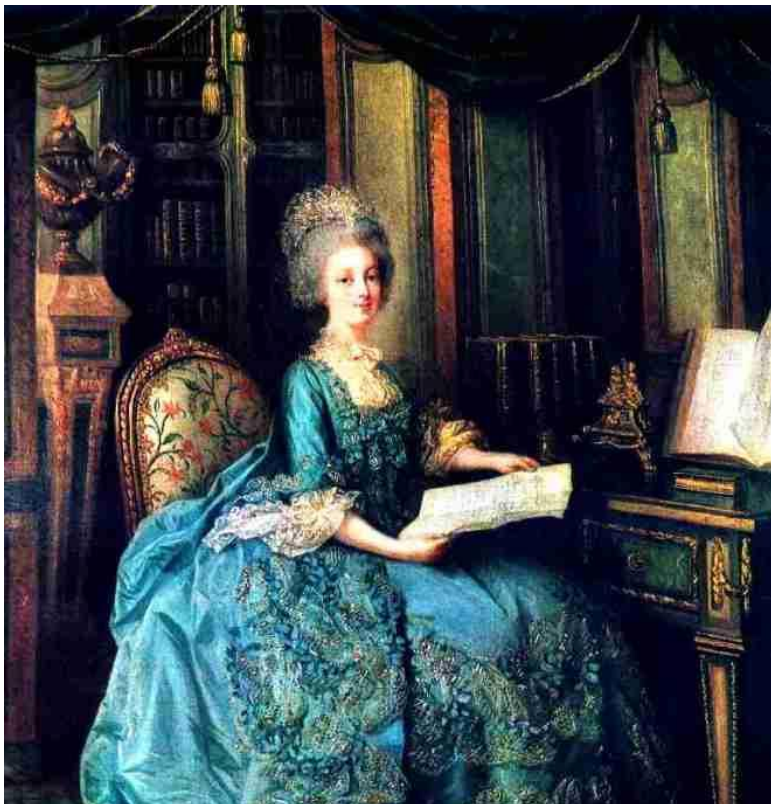
Angelo Frogia, scultore e pittore, imita la burla e commenta:

«Volevo semplicemente far sapere come nel mondo dell'arte l'effetto dei mass media e dei cosiddetti esperti possa portare a prendere grossissimi granchi.»

Dileggio dei canali mediatici e autoaffermazione

La falsa informazione: dal pane alle brioche

S'ils n'ont plus de pain, qu'ils mangent de la brioche: così parlò...?



Rousseau ne “Les Confessions” racconta un aneddoto risalente al 1741

Enfin je me rappelai le pis-aller d'une grande princesse à qui l'on disait que les paysans n'avaient pas de pain, et qui répondit: qu'ils mangent de la brioche. J'achetai de la brioche.

Maria Antonietta d'Asburgo-Lorena - Wikipedia
https://it.wikipedia.org/wiki/Maria_Antonietta_d%27Asburgo-Lorena
Maria Antonia Giuseppa Giovanna d'Asburgo-Lorena, nota semplicemente (Vienna, 2 novembre 1755 - Parigi, 16 ottobre 1793), è stata ...

Sfogo del malcontento popolare

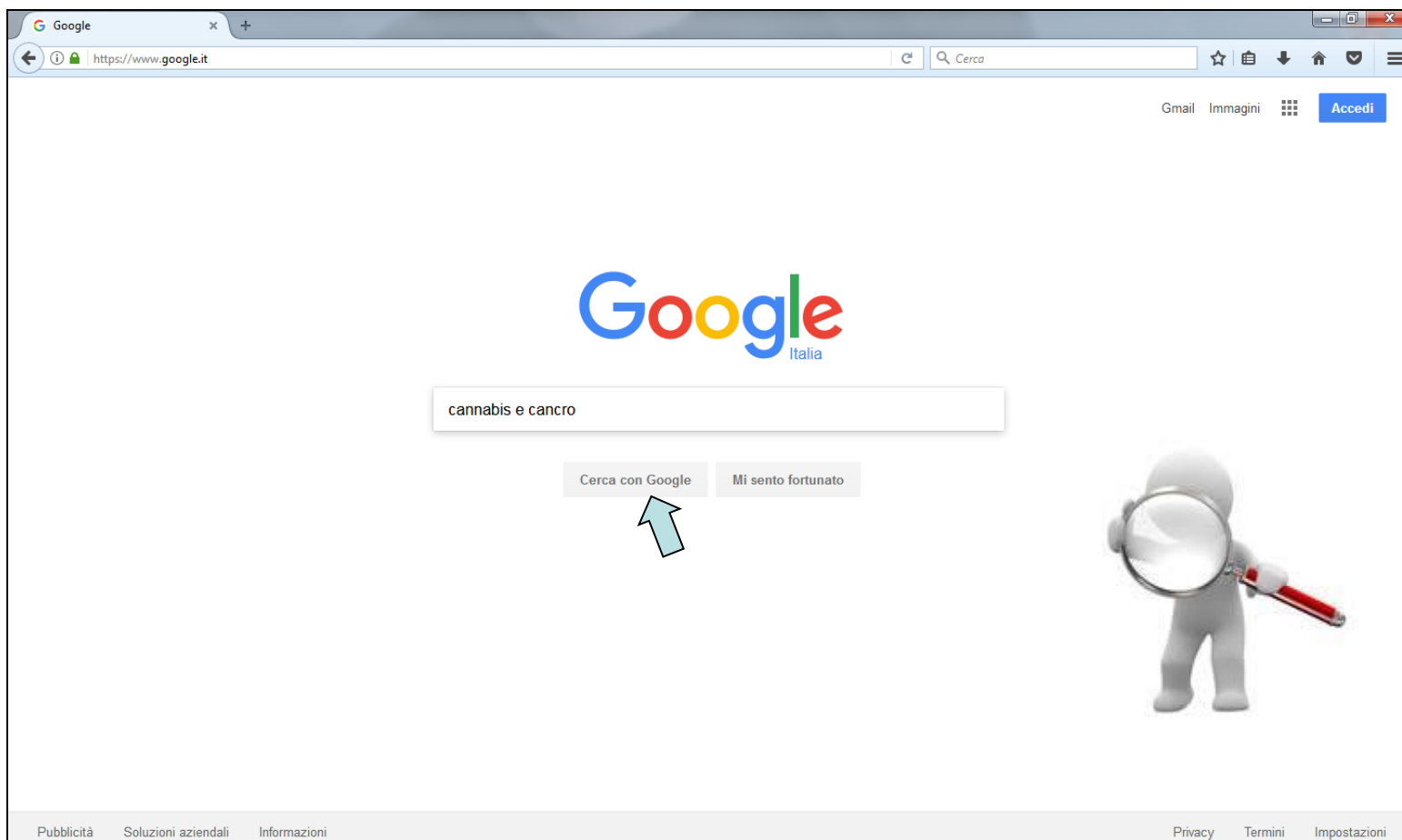
Del resto...



“Il falso e il vero son foglie alterne d’un ramoscello: il savio non discerne l’una dall’altra, l’un dall’altro lato”.

dal componimento «L’Otre»

Passiamo alla Rete: facciamo un esperimento



Rete e social network: differenti modalità comunicative

Sui *social network*, le *news* vengono messe in circolazione principalmente mediante *post* individuali. Sono per questo strumento di **una creazione partecipata (2.0) di verità (o illusione di creazione partecipata)**, costruita dagli internauti per gli internauti.

→ Vengono meno le regole sottese allo schema comunicativo di Jacobson

Mittente e destinatario si fanno figure evanescenti, poiché coincidono o comunque nell'immediatezza di una condivisione digitale non si verifica l'attendibilità della fonte.

→ *Tutti possono essere mittenti e destinatari.*

L'informazione viralizzata in Rete: un focus sulle finalità

- Orientare l'opinione pubblica

IL TEMPO.it

HOME POLITICA CRONACHE ROMA CAPITALE ESTERI CULTURA&SPETTACOLI

SEI IN » CANALE NEWS » POLITICA

Corona in carcere. E tutti questi no?

Sconto di pena mai. Ma solo per il paparazzo che deve marcire in cella 13 anni. Madri e figli che hanno ucciso i parenti e assassini per noia sono già a casa

29 Gennaio 2015

Tweets All / No replies



Beppe Grillo @beppe_grillo

" Se proprio Pd e PdL ci tengono alla governabilità possono sempre votare la fiducia al primo Governo M5S:beppegrillo.it/2013/02/fiduci... " @byoblu

Collapse Reply Retweet Favorite More

334

RETWEETS

86

FAVORITES



L'informazione viralizzata in Rete: un focus sulle finalità

- Screditare un avversario politico

Facebook ha aiutato Trump nelle elezioni americane - Il Foglio 

www.ilfoglio.it/.../cosi-facebook-ha-dato-un-aiutino-alla-campagna-elettorale-di-trum...

07 set 2017 - Il social network ha ricevuto 100.000 dollari da account russi per promuovere ... Così Facebook ha dato un aiutino alla campagna elettorale di Trump ... avuto un ruolo nella diffusione di messaggi per screditare Hillary Clinton, ...

Donald Trump, "social network determinanti per la mia vittoria". Userà ...

 Norton

www.huffingtonpost.it/2016/11/13/trump-social-network_n_12938160.html

13 nov 2016 - Donald Trump continuerà ad usare Twitter anche quando si insedierà alla Casa Bianca come presidente degli Stati Uniti, ma.



L'informazione viralizzata in Rete: un focus sulle finalità

- Generare opinioni estremiste per relegare alla Rete l'aggressività di massa (contenimento digitale di manifestazioni di dissenso)

La rivolta contro i politici corre sul web
E su Facebook spunta la pagina anti-Casta

CRONACA
L'autore dice di essere un ex assistente di un onorevole "licenziato dopo 15 anni di precariato" a Montecitorio e vuole di svelare "pian piano" tutti i privilegi dei parlamentari. Gola profonda o bufala telematica, in Rete sta già spopolando

di Lorenzo Galeazzi | 16 luglio 2011

COMMENTI (8)

Più informazioni su: Casta, Facebook, Spider Truman, tommaso debenedetti

facebook
I segreti della casta di Montecitorio
Cento nuovi utenti al minuto. Seimila fan in poche ore che nel giro di una giornata diventano 45mila. E' la pagina Facebook "**I segreti della casta di Montecitorio**" curata dal fantomatico **Spidertruman**. Le uniche



IO NON VOTO Matteo Renzi



IO NON VOTO
Matteo Renzi
@iononvotorenzi

Le fake news in Rete: un focus sulle finalità

- Aumentare la circolazione e gli atterraggi su siti web con pop-up e banner pubblicitari, con sistema di atterraggi e *redirect* da un sito all'altro
- Aumentare visibilità e traffico mediante scoop e notizie sensazionali (*clickbaiting* o acchiappaclic)
- Generare viralità mediante il sistema della catena per carpire e orientare le abitudini di navigazione e consumo degli internauti

[Continua a leggere...»](#)

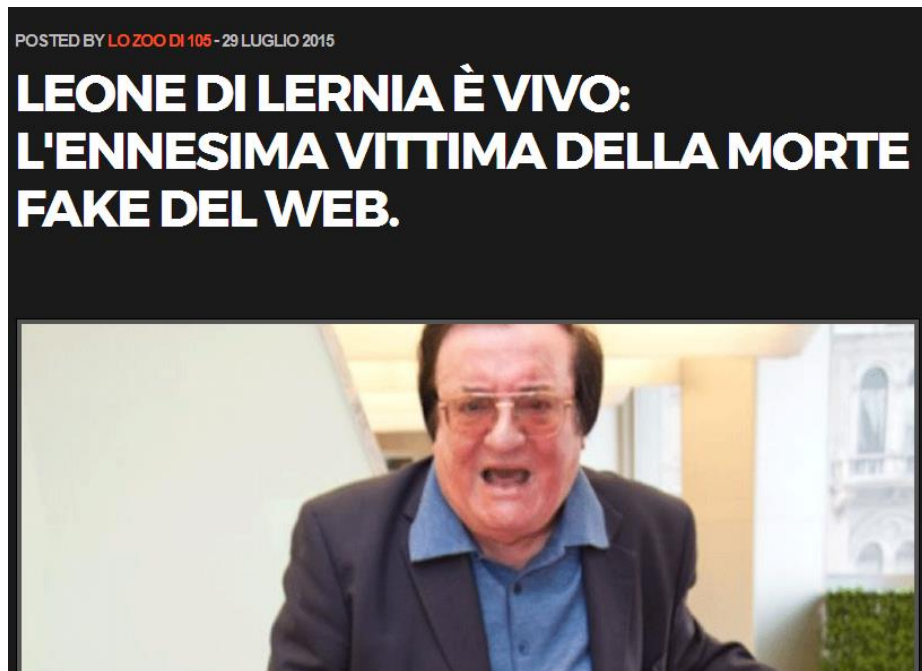


Le fake news in Rete: un focus sulle finalità

- Creare riempitivi di notizie anche attraverso sensazionalismo e scoop

IL TIRRENO EDIZIONE
PIOMBINO-ELBA

L'Elba nella morsa degli incendi

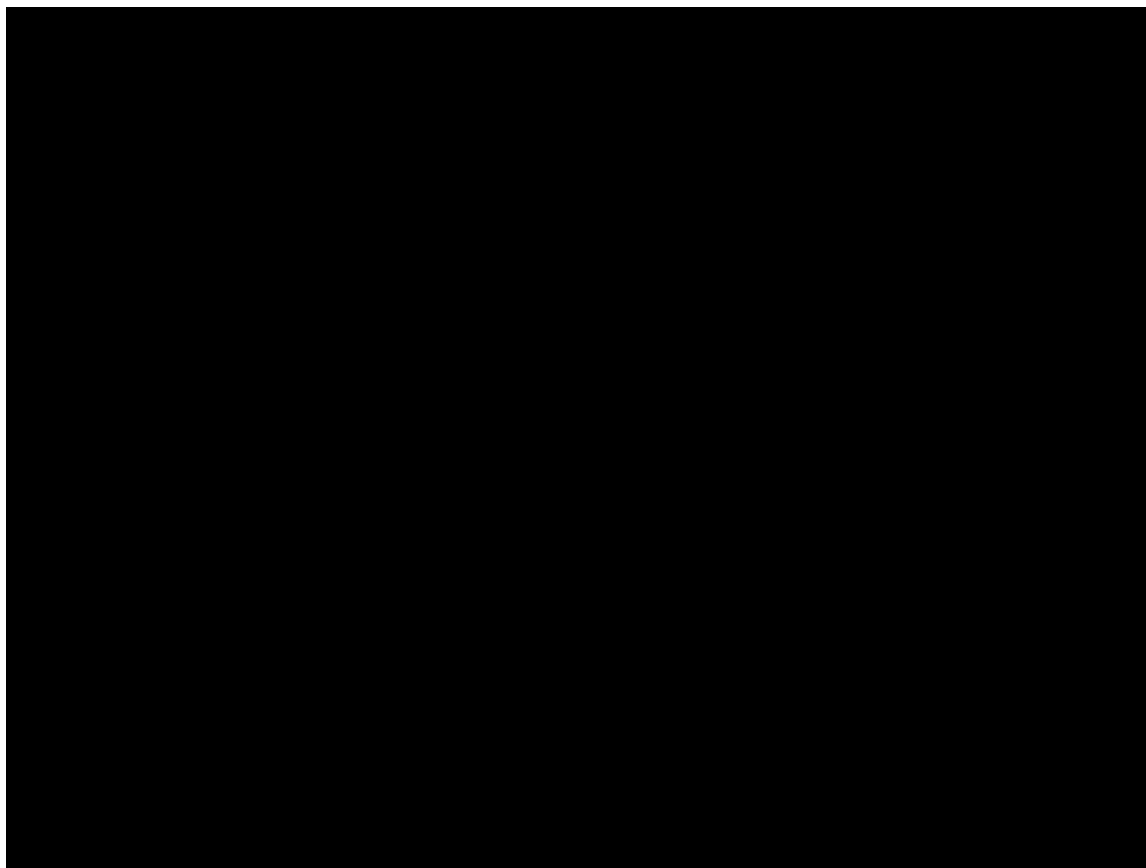


morsa?

Le fake news in Rete: un focus sulle finalità

- Forzare casi di giornalismo d'assalto e di denuncia

https://www.youtube.com/watch?v=qBEL_BrLRd0



Un abbecedario per riconoscere e segnalare le fake news in Rete

Commentiamo insieme il decalogo pubblicato nella primavera 2017 da Facebook

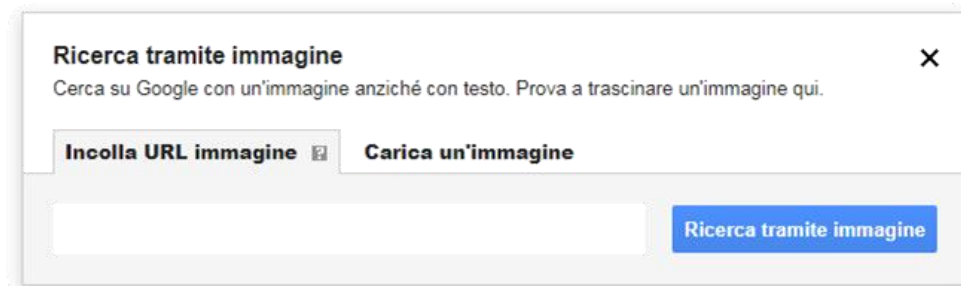
- **Non ti fidare dei titoli:** le notizie false hanno spesso titoli altisonanti, sono scritte in maiuscolo e presentano molti punti esclamativi.
→ se la notizia riporta dichiarazioni sospette di un personaggio noto, è sempre bene fare un *check*, associando su Google la stessa frase alla persona cui è riferita per verificare se è riportata da altre testate (*ricerca inversa*)
- **Guarda bene l'URL del sito (https//www...):** un URL improbabile o molto simile a quello di una fonte giornalistica attendibile potrebbe indicare che la notizia è falsa.
→ ad es., *Repubblica, Il Fatto Quotidiano, La Gazzetta della Sera, Il Messaggio*, ecc.



Un abbecedario per riconoscere e segnalare le fake news in Rete

Commentiamo insieme il decalogo pubblicato nella primavera 2017 da Facebook

- **Fai attenzione alla formattazione:** se l'impaginazione del testo è strana e la grafia approssimativa, probabilmente si tratta di una notizia poco attendibile.



- **Fai attenzione alle foto:** le notizie false spesso contengono immagini e video ritoccati.

→ si può ricercare l'immagine sospetta su Google Immagini per accertare eventuali affinità con altre immagini già pubblicate online e risalire non solo all'autore della foto ma anche alla data di effettiva pubblicazione in Rete (*ricerca inversa*)

Un abbecedario per riconoscere e segnalare le fake news in Rete

Commentiamo insieme il decalogo pubblicato nella primavera 2017 da Facebook

- **Controlla le date:** un uso palesemente errato delle date e della cronologia degli eventi potrebbe significare che la notizia è poco attendibile.
 - ricorda che la data di pubblicazione di un post su Facebook o Twitter non offre alcun tipo di garanzia: chiunque ha la possibilità di pianificare la pubblicazione automatica di un post.
- **Verifica le testimonianze:** controlla sempre, quando possibile, le fonti dell'autore.
 - se una notizia proviene da un profilo Twitter, uno strumento per contribuire ad accertarne l'autenticità è controllarne follower e following



Un abbecedario per riconoscere e segnalare le fake news in Rete

Commentiamo insieme il decalogo pubblicato nella primavera 2017 da Facebook

- **Controlla se le altre fonti** hanno riportato la stessa notizia: se gli stessi avvenimenti non vengono riportati da nessun'altra fonte, la notizia potrebbe essere falsa.



Fatto Quotidiano

HOME NOTIZIE > VIDEO > CONTATTI

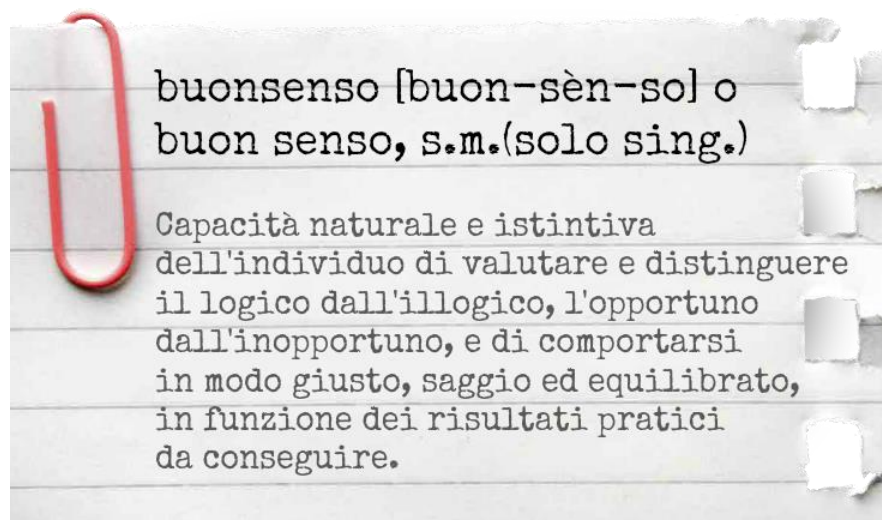
È caduta la Torre di Pisa. La notizia sconvolge l'Italia. SHOCK.



Un abbecedario per riconoscere e segnalare le fake news in Rete

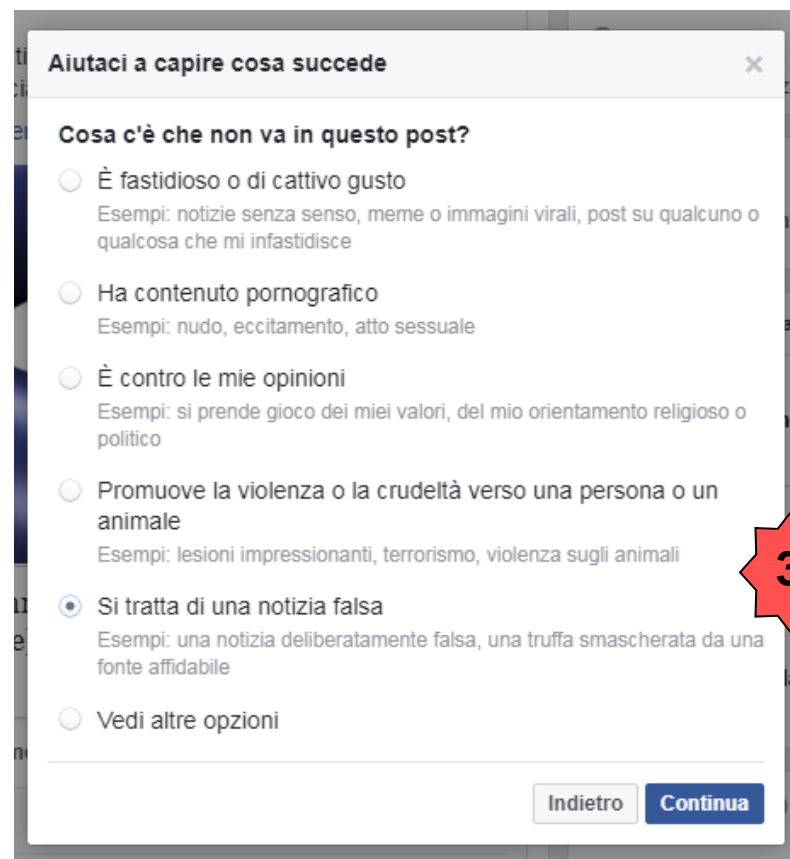
Commentiamo insieme il decalogo pubblicato nella primavera 2017 da Facebook

- **La notizia potrebbe essere uno scherzo:** controlla il tono dell'articolo, che in alcuni casi potrebbe essere ironico o satirico.
- **Alcune notizie sono intenzionalmente false:** usa le tue capacità critiche quando leggi le notizie online.



Un abbecedario per riconoscere e segnalare le fake news in Rete

Tre mosse per segnalare una notizia ritenuta falsa su Facebook



La contaminazione dell'aggressività in Rete: troll e haters

I Pink Floyd fanno cagare

Mi piace

Artista/Gruppo musicale

Bacheca

I Pink Floyd fanno cagare · Post più popolari



I Pink Floyd fanno cagare

Non dite parolacce grazie.

08 aprile alle ore 21.51

A 2 persone piace questo elemento.



Marco Flore il nome di questa pagina è una parolaccia!

08 aprile alle ore 21.52 · 5 persone



Alcuni troll sono veri e propri professionisti. Intervenendo su siti web di servizi e prodotti, pubblicano recensioni negative per conto di competitor; sono editor della critica non per divertimento, ma per...

