

## 1. La fabbrica dell'informazione e le nuove forme d'informazione

La prima parte di questo modulo didattico si occupa del modo in cui l'informazione viene prodotta e dei valori aggiunti della MIL (competenze di cittadinanza)

La seconda parte dell'unità, il MILAB, prevede un approccio concreto al tema della fabbrica dell'informazione.

### **Alcune definizioni (si veda il glossario)**

- mass media
- social Media
- contratto di informazione
- contratto di condivisione
- opinione pubblica

### **Sintesi**

#### **PARTE I      Costruzione delle conoscenze**

1. La fabbrica dell'informazione prima dei media digitali
2. La fabbrica dell'informazione nel mondo digitale
3. Caratteristiche
4. Opportunità e rischi
5. Obiettivi didattici, competenze e valore aggiunto della MIL
6. Valutazione
7. Materiali formativi

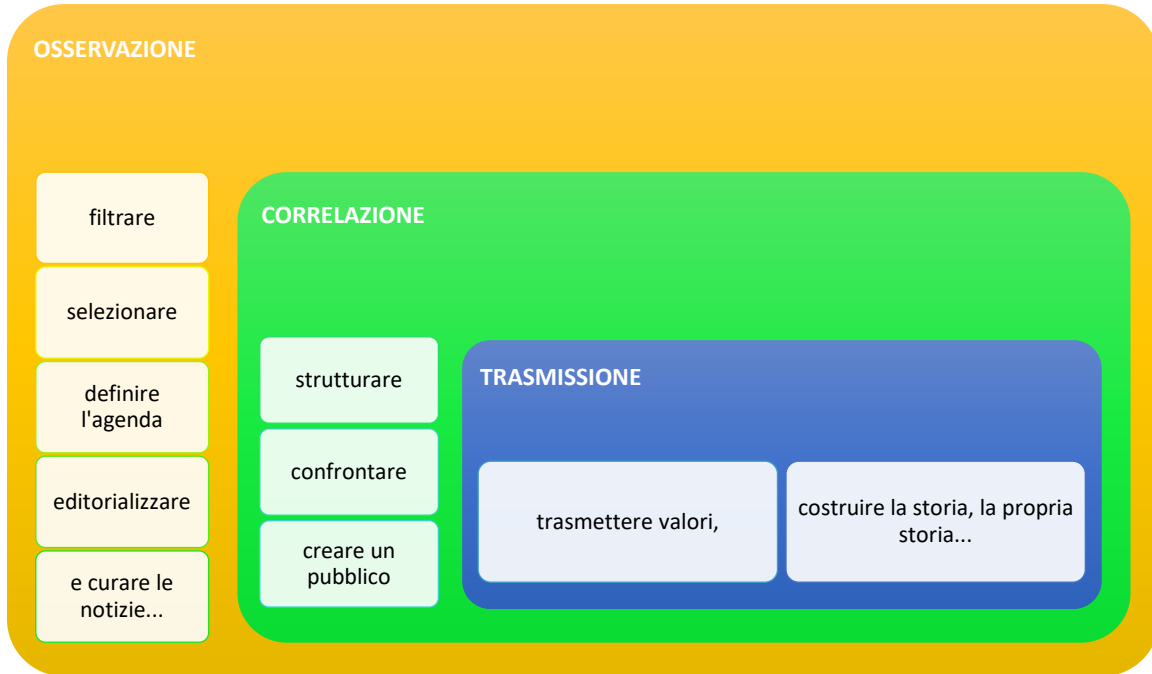
#### **PARTE II      MILAB**

- Attività fase 1
- Attività fase 2
- Attività fase 3

**PARTE I (4 sessioni da 45 MIN)**

**1. Introduzione (20 MIN)**

Secondo Harold Lasswell (in "La Struttura e la Funzione della Comunicazione nella Società", 1948) i mass media svolgono 3 funzioni:



Nel tempo, i mass media hanno prodotto l'informazione sulla base di un contratto di informazione. **Contratto di informazione:** Un giornalista professionista racconterà una "storia", in 4 fasi, attraverso la ricerca e utilizzando la "neutralità" o l'"obiettività" (basandosi sui fatti, non sulle opinioni):

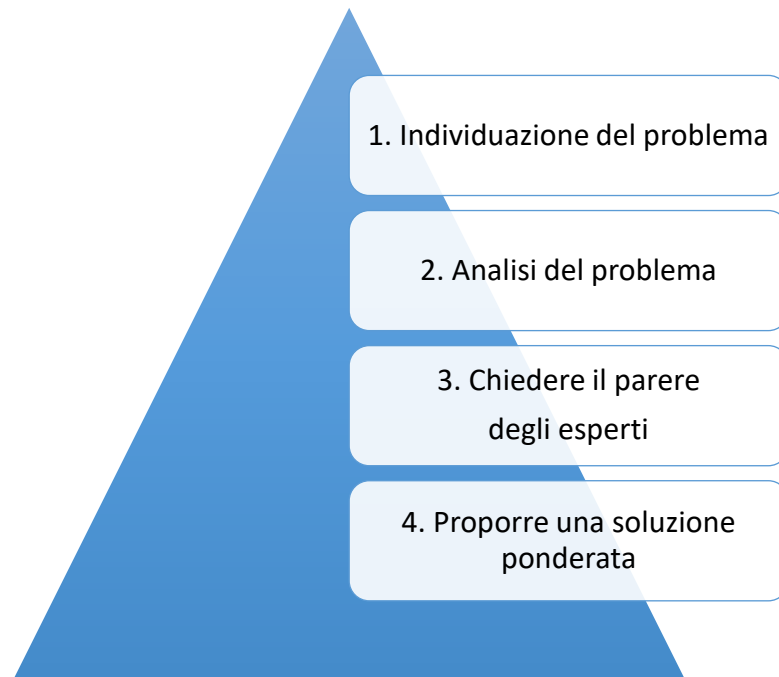


Fig. 1: contratto di informazione  
Fonte: D. Frau-Meigs, 2019/Savoir\*Devenir

**Criteri principali** per la valutazione della qualità dell'informazione: affidabilità; precisione; autorevolezza; tempestività; presenza o meno di bias; trasparenza della linea editoriale; pluralismo dei punti di vista.

**Suggerimento per l'insegnante:**

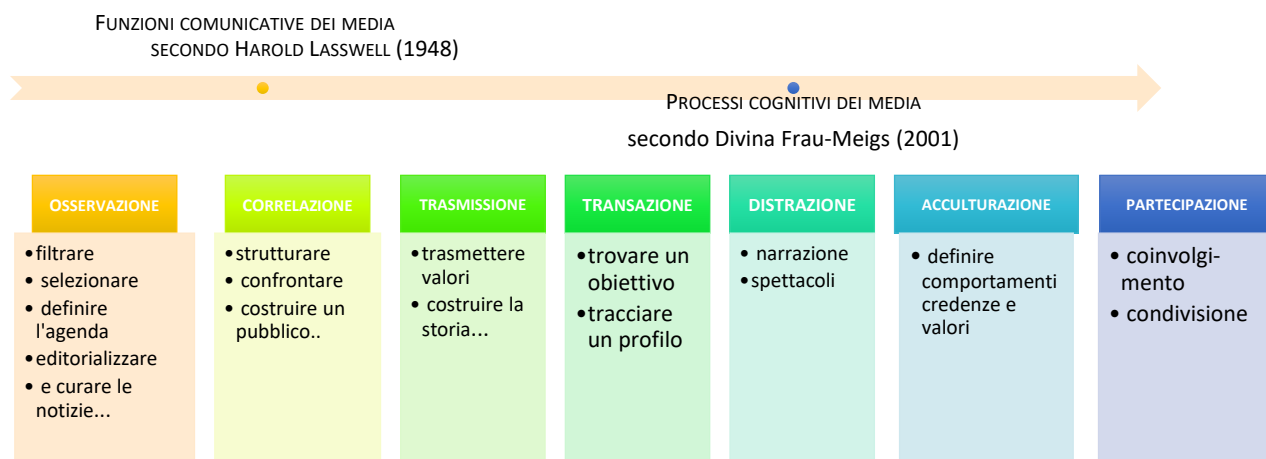
Lasciare che siano gli studenti a definire alcuni di questi concetti e fare degli esempi specifici.

**2. La fabbrica dell'informazione e il mondo digitale (25 MIN)**

❖ **Cosa cambia nella fabbrica dell'informazione all'interno del mondo digitale?**

I social media convergono con i mass media:

1. osservazione (filtrare, selezionare, definire l'agenda, editorializzare e curare le notizie...)
2. correlazione (strutturare, confrontare, creare un pubblico e delle comunità...)
3. trasmissione (trasmettere valori, costruire la storia...)
4. **+ partecipazione** (tracciare un profilo, condividere, combinare, navigare,...)



**Fig. 2: funzioni dei media**

**Suggerimento per l'insegnante:**

Porre l'accento sul processo partecipativo, che può influire sull'apprendimento pratico in fase di analisi delle caratteristiche dei social media, in modo da anticipare alcuni dei loro utilizzi all'interno della classe:

Esempio: come è possibile occuparsi di un contenuto relativo ad uno specifico argomento attraverso i social media?

**Mass media e social media: Convergenza e Complementarità**

**Convergenza**

- **Definizione dell'agenda**
- **Linea editoriale**
- **Mediazione politica e sociale**
- **Pubblico**
- **(Pubblicità)**
- **(Sussidi finanziari o aiuti governativi)**



- **Definizione/cura dell'agenda**
- **Linea editoriale/algoritmi**
- **Mediazione politica e sociale**
- **Pubblico attivo**
- **Annunci pubblicitari/ pubblicità psicométrica**
- **(Sussidi finanziari o aiuti governativi)**

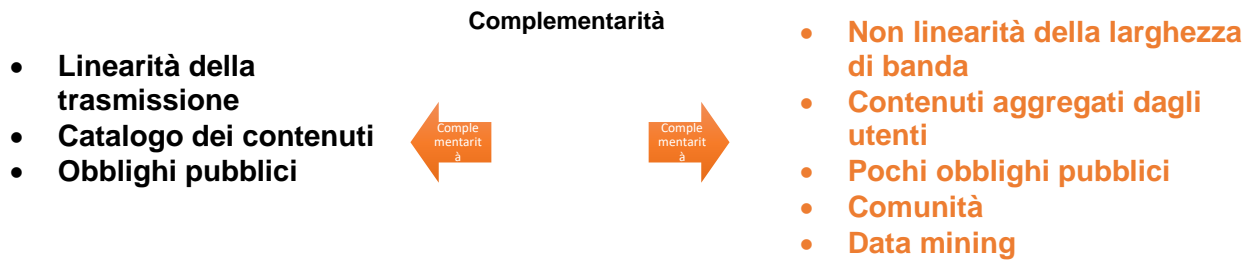


Fig. 3: Mass media/social media: Convergenza e Complementarità  
 fonte: D. Frau-Meigs, 2018

Tuttavia, essi hanno delle specificità, che confluiscono in due sistemi di complementarità:

- I mass media vengono fruiti in modo programmatico, programmato e lineare, mentre i social media non sono lineari ed i relativi contenuti possono essere fruiti senza necessità di una cronologia mediatica (es.: le serie si dividono in stagioni ed episodi alla TV, ma tutte le stagioni e gli episodi sono disponibili online).
- I mass media hanno costruito cataloghi di contenuti nel corso del tempo (programmi di magazzino) che rappresentano una manna dal punto di vista finanziario (possono essere trasmessi più volte), mentre i social media non dispongono di cataloghi e si affidano a contenuti degli utenti (es.: il modello commerciale di Netflix, che trasmette serie provenienti dai principali network e che sta costruendo un proprio catalogo, si è sviluppato solo di recente).
- I mass media, anche quelli commerciali, obbediscono a degli obblighi di pubblico servizio (prestando attenzione alle minoranze, trasmettendo nuovi programmi, concedendo tempistiche uguali ai candidati in campagna elettorale...), mentre i social media non hanno queste restrizioni (tranne in alcuni casi con l'oscuramento e la rimozione).
- I mass media non hanno comunità online (tranne i propri follower, una volta che entrano nel mondo del web) e hanno un accesso limitato al data mining. Di conseguenza, hanno un minore accesso al contratto di condivisione, che è un elemento peculiare dei social media.

**Contratto di condivisione:** un dilettante o un amatore racconta una "storia", secondo 4 fasi, attraverso un'esperienza personale ed autentica:

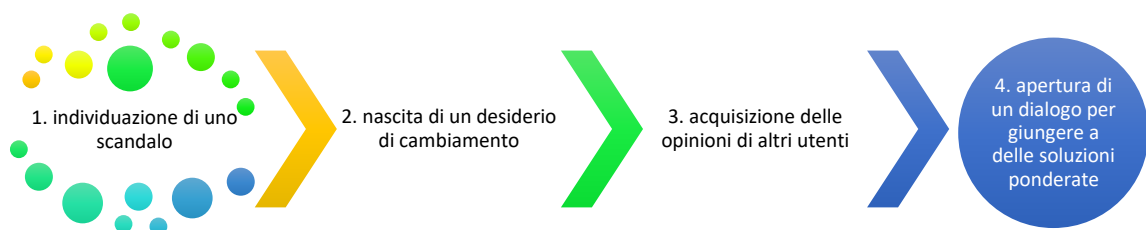


Fig. 4: Contratto di condivisione  
 fonte: D. Frau-Meigs, 2019/Savoir\*Devenir

### 3. Caratteristiche

Sessione 2: 45 MIN

#### ❖ **Discussione (15 MIN)**

Secondo te, quali sono le caratteristiche della fabbrica dell'informazione nell'era digitale? (risposte consigliate)

- Passaggio dalla scarsità all'abbondanza di informazioni sotto qualsiasi forma
- Impiego di fonti diverse

- ❑ Citazione di diverse opinioni
- ❑ Il contratto di informazione e l'utilità del giornalismo
- ❑ Il contratto di condivisione ed il ruolo degli algoritmi e delle piattaforme basate sui dati.

**Suggerimento per l'insegnante:**

Prima di introdurre lo schema, potrebbe essere utile confrontare le versioni online e offline di un mezzo di comunicazione / articolo.

❖ **Forme ed esempi di fabbrica dell'informazione in relazione alle competenze di cittadinanza**

- ⇒ Blog e siti web per la condivisione e la formazione delle opinioni
- ⇒ Video, radio e podcast
- ⇒ Forum di discussione
- ⇒ Televisione e notizie in tempo reale
- ⇒ Giornalismo partecipativo
- ⇒ Newsgames (notizie tramite l'utilizzo dei codici dei videogame)
- ⇒ Giornalismo dei dati

**Suggerimento per l'insegnante:**

Far scegliere agli studenti un esempio dalla lista e chiedere di scambiare i propri punti di vista confrontando il contratto di informazione con il contratto di condivisione. Ad esempio: i blogger che denunciano la violenza della polizia in alcuni Paesi: fatti di informazione? formazione dell'opinione?

Mostrare come contratto di informazione e contratto di condivisione possano rafforzarsi reciprocamente.

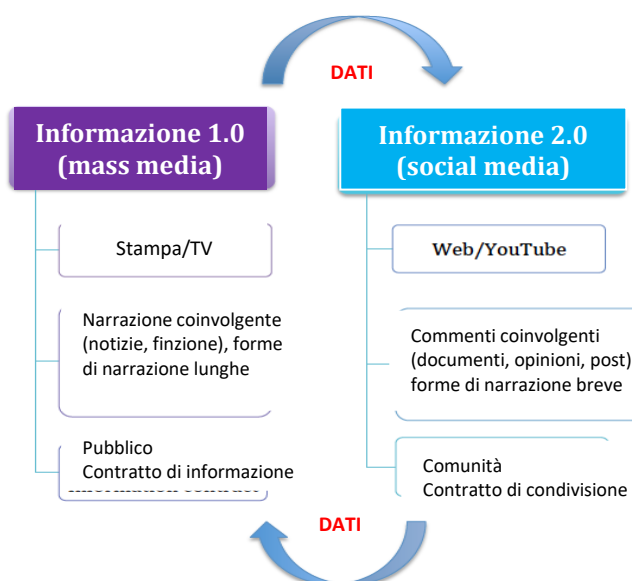
**Riepilogo:**

Il contratto di informazione, ieri e oggi. (fig. 1)

Il contratto di condivisione, nel modo in cui si presenta, mette in discussione ed è complementare al contratto di informazione (fig. 4).

L'importanza di una "stampa indipendente" nelle società democratiche.

La complementarità tra mass media e social media, oggi che entrambi esistono online (fig. 5).



Fonte D. Frau-Meigs, 2018 /Savoir\*Devenir

Fig. 5: la complementarità tra mass media e social media. fonte: D. Frau-Meigs, 2018

- La complementarità si basa su tre culture dell'“informazione”: informazione sotto forma di notizia, informazione sotto forma di documento (file di tutti i tipi di formati che contengano informazioni) e informazioni sotto forma di dati (che devono essere estratti per ottenere un risultato).
- I mass media mantengono ancora la prerogativa della produzione di “notizie” e della narrazione attraverso l'uso di forme narrative lunghe (serie, documentari...), mentre i social media tendono ad incentrarsi più sui “documenti” (file che consentono di creare modelli, creazione di immagini...) ed a presentare la conversazione sotto l'aspetto di forme narrative brevi (post, tweet,...) che spesso sono una reazione ai contenuti dei mass media (dibattiti sui “finali” delle serie, come nel caso del Trono di Spade, ad esempio).
- I mass media misurano ancora il loro pubblico (indici d'ascolto, pubblicità) e si basano sul contratto di informazione, mentre i social media costruiscono comunità (gruppi, follower, influencer,...) e si basano sul contratto di condivisione.
- L'interazione reciproca tra mass media e social media produce una moltitudine di big data, utilizzati per capire gli utenti, profilarli ed elaborare strategie predittive (per finalità di marketing, campagne elettorali, dati analitici sull'apprendimento...).

Sessione 3: 45 MIN

#### 4. Opportunità e rischi della fabbrica dell'informazione

❖ **Discussione:** Come utilizzi le informazioni? (15 MIN)

*Porre agli studenti una serie di domande, ascoltarne le risposte e creare insieme a loro una tabella per l'alfabetizzazione dell'informazione.*

*Come cerchi le informazioni?*

*Come sai che le informazioni sono buone, affidabili?*

*Come usi le informazioni?*

**ALFABETIZZAZIONE DELL'INFORMAZIONE**  
(si vedano i criteri di qualità dell'informazione)

1. Individuare una questione/problema
2. Cercare informazioni
3. Scegliere una o più fonti di informazione
4. Valutare la qualità delle fonti
5. Integrare le informazioni nel proprio processo di problem solving (tenendo a mente il valore aggiunto della MIL).
6. Comunicazione

#### Suggerimento per l'insegnante:

Mostrare agli studenti un buon tutorial online sulla verifica delle informazioni  
[https://video.lanecce.edu/media/Evaluating+Internet+Sources/0\\_sif447ew/32267962](https://video.lanecce.edu/media/Evaluating+Internet+Sources/0_sif447ew/32267962)

❖ **Opportunità e rischi (15 MIN)**



**Suggerimento per l'insegnante:**

Gli studenti potrebbero sostituire ciascuna delle fasi in un ordine specifico per creare un dibattito e mettere in discussione l'ordine predefinito.

**Costruzione del pensiero critico degli studenti: AIR**



- **ANALIZZARE (il contratto di informazione, il contratto di condivisione)**
- **INTERPRETARE (funzioni, fonti...)**
- **REAGIRE (verificare, utilizzare il pensiero critico per rispondere, creare e dare un contributo ai propri contenuti)**

## 5. Focus sulla **COMPRESIONE (7C)** (15 MIN)

La comprensione è quella competenza che consente agli studenti di capire le nozioni, funzioni e valori di base delle informazioni.



si vedano l'introduzione e il glossario

### ❖ **Divisione delle competenze MIL in categorie/indicatori per la COMPRESIONE**

Gli studenti dovrebbero essere in grado di

- descrivere come viene costruita l'informazione
- comprendere il modo in cui sono organizzati i mass media ed i social media e come diffondono le informazioni
- scegliere la propria dieta di informazioni e le varie fonti
- utilizzare il pensiero critico (verificare, contestualizzare, fare dei riferimenti incrociati)
- contribuire all'informazione, ove appropriato, sui mass media ed i social media
- prestare attenzione alle opinioni degli altri e lasciarli liberi di esercitare i loro diritti di cittadini

### ❖ **Valore aggiunto della MIL per i diritti umani**

- ✓ libertà d'espressione
- ✓ partecipazione

**Sessione 4: 45 MIN**

## 6. Valutazione (45 MIN)

*In piccoli gruppi: leggere un articolo online e ricercare i criteri chiave.  
Tutta la classe: confrontarsi e discutere.*

## 7. Materiali di supporto didattico (si veda la sezione aggiuntiva ai Moduli Didattici)

- ⇒ Riferimenti ad altri materiali e risorse
- ⇒ Link utili per animazione pedagogica
- ⇒ Glossario
- ⇒ Software per l'integrazione della MIL nei risultati didattici (risorse online per Paese)  
[https://docs.google.com/spreadsheets/d/10wxgYEe9O8GiSKo8kTjv8uQqpkOeHJp5\\_k0ytBcZsdU/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/10wxgYEe9O8GiSKo8kTjv8uQqpkOeHJp5_k0ytBcZsdU/edit?usp=sharing)



## PARTE II. MILAB (4 sessioni da 45 MIN, a seconda del tempo assegnato alla MIL)

Le attività MILAB sono strutturate in tre fasi (1-avvio; 2-consolidamento; e 3-approfondimento). Le tre fasi sono indicative: possono essere seguite come suggerito o utilizzate secondo un approccio di "collegamento" o modulare a seconda del tempo assegnato alla MIL e/o al livello di risultato desiderato.

Le fasi prevedono varie attività pedagogiche, come ad esempio: workshop, giochi di ruolo, esercizi scritti e giochi. Sperimentano vari formati multimediali, come i blog, i video e gli articoli web, al fine di formare le capacità di pensiero critico degli studenti (AIR).

### ESPLORAZIONE DELLA COMPrensIONE:

Contributo alla libertà d'espressione sotto varie forme

---

#### FASE 1 (15-16):

##### COMPrensIONE DELLA FABBRICA DELL'INFORMAZIONE

---

- **SCENARIO REPORTER: IMMAGINA DI ESSERE UN GIORNALISTA... (3x45 MIN)**
  - definizione dell'agenda (scegliere un argomento)
  - investigazione (scelta degli esperti, testimonianze, recarsi sul campo = raccogliere vari punti di vista + leggere la letteratura esistente)
  - editorializzazione (stabilire dei vincoli, conteggio parole, titolo,...)
  - scrivi il tuo articolo controllando i tuoi criteri per la qualità dell'informazione.
  
- **VALUTAZIONE (45 MIN)**
  - ✓ *Tenere un registro settimanale sul consumo di informazioni e su chi fornisce le informazioni: numero di ore; tipo di supporto; finalità d'uso (didattica, divertimento...)*
  - ✓ *scrivere un resoconto al riguardo*
  - ✓ *discutere il report in classe e prendere in esame i punti forti e deboli del consumo e utilizzare dei modelli.*

#### FASE 2 (16-17)

##### APPROFONDIMENTO SULLA FABBRICA DELL'INFORMAZIONE

---

- **SCENARIO CATASTROFICO: UNA MACCHINA VIENE INCENDIATA DURANTE UNA PROTESTA/ SOMMOSSA (3 x 45 MIN)**  
**CHIEDERE AGLI STUDENTI DI RICERCARE ONLINE DEI GIORNALI O DEI REPORT TELEVISIVI DI UN EVENTO SIMILE (NEL LORO PAESE O ALL'ESTERO)**
  - chi sono le persone coinvolte?
  - in che modo ci si rivolge al pubblico?
  - sei d'accordo con il messaggio (visione negativa, propaganda, bias...)?

### Suggerimento per l'insegnante:

Scegliere degli esempi in cui siano presenti immagini di persone giovani; vedere come la notizia viene riportata da un giornale e da un social media di riferimento. Ad esempio, le sommosse delle periferie (o dei centri città, a seconda del Paese) sono spesso riportate come guidate da ragazzi giovani.

#### ➤ VALUTAZIONE (45 MIN)

Esaminare lo scenario catastrofico e rispondere alle seguenti domande:

1. come sono state raccolte le informazioni?
2. quali criteri sono stati utilizzati?
3. come sono state organizzate?
4. come sono state comunicate?

➔ dai un punteggio all'articolo

### Suggerimento per l'insegnante:

In alternativa, è possibile far giocare gli studenti ad un newsgame.

Si veda il *serious game*: La mia vita da rifugiato <https://mylifeasarefugee.org/game.html>

Si veda "Sii il mio salvatore", il newsgame per salvare lavori <https://www.youtube.com/watch?v=tA2sf4BTw3s>

## FASE 3 (18-19):

### COSTRUIRE UNA CONOSCENZA SOSTENIBILE DELLA FABBRICA DELL'INFORMAZIONE (CITTADINANZA E COMPrensIONE)

#### ➤ SCENARIO ELEZIONI: CREARE UNA CAMPAGNA ELETTORALE PER UN NUOVO GIOVANE CANDIDATO (3X 45 MIN)

##### RIUNIRE GLI STUDENTI IN PICCOLI GRUPPI AFFINCHÉ DECIDANO:

- i tipi di media coinvolti e chi li possiede
- i tipi di messaggio (testuale, visivo...)
- i tipi di elettori a cui è indirizzata la campagna

#### ➤ VALUTAZIONE (45 MIN)

##### RICERCA

- ✓ Osservare la campagna e ripetere il gioco del contratto di informazione contro il contratto di condivisione.
- ✓ Quale tipo di messaggio sceglieresti per l'informazione e quali per la condivisione?
- ✓ Scrivili e mettili a confronto.

Argomenti della campagna in base al contratto di informazione	Argomenti della campagna in base al contratto di condivisione