

Materiale didattico di supporto per i moduli del programma formativo sull'Alfabetizzazione Mediatica

Le risorse esposte a seguire fanno parte del programma sull'Alfabetizzazione Mediatica (MIL, *Media and Information Literacy*) e fungono da integrazione alla Guida dell'Insegnante. Tali risorse, possono essere utilizzate dagli insegnanti per ampliare le conoscenze di base e per comprendere più a fondo come integrare la MIL in classe nell'ambito delle attività "MILAB" (laboratori di MIL).

L'utilizzo di questi materiali di supporto (glossario e risorse) sull'Alfabetizzazione Mediatica, sviluppati da Savoir*Devenir e IREX Europe, è autorizzato ai sensi della "Licenza Internazionale Creative Commons Attribuzione - Non Commerciale - Condividi allo Stesso Modo".



Autori Divina Frau-Meigs, Irma Velez, Pascale Garreau (Savoir*Devenir)


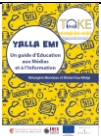
Coordinatore: Victoria Stephens (IREX Europe)

Indice:

- 1. Riferimenti ad altri materiali e risorse**
- 2. Link utili per animazione pedagogica**
- 3. Glossario**

1. Riferimenti ad altri materiali e risorse

	<p>Giornalismo, “Fake News” e Disinformazione: Un Manuale Didattico e Formativo sul Giornalismo</p> <p>C. Ireton e J. Posetti (ed), UNESCO (2018)</p> <p>https://en.unesco.org/fightfakenews</p>
	<p>Alfabetizzazione mediatica: linee guida strategiche</p> <p>A. Grizzle, Moore, P, Dezuanni, M, Asthana, S. Wilson, C., Banda, B, Onumah, UNESCO (2011)</p> <p>https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606?posInSet=9&queryId=4553e6fd-aa83-44f9-b768-d36a57e74d83</p>
	<p>Educazione mediatica: un kit per insegnanti, studenti, genitori e professionisti</p> <p>D. Frau-Meigs (ed), UNESCO (2006)</p> <p>http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-education-a-kit-for-teachers-students-parents-and-professionals/</p>
	<p>Azione: linee guida per la prevenzione dell'estremismo violento</p> <p>Nash, C. Nesterova, Y., Primrose, K., Chan, W A., Rios, R, Velásquez Flores, M J, Zowmi, A, Mahatma Gandhi Institute of Education for Peace and Sustainable Development, UNESCO(2018)</p> <p>https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000263828</p>
	<p>Programma sull'alfabetizzazione mediatica per insegnanti</p> <p>C. Wilson, UNESCO (2011)</p> <p>https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971</p>
	<p>Manuale di Alfabetizzazione Digitale</p> <p>J. Richardson, E. Milovidov e M. Schmalzried, Consiglio d'Europa (2017)</p> <p>https://edoc.coe.int/en/internet/7515-internet-literacy-handbook.html</p>
	<p>Alfabetizzazione Mediatica: Una pratica guida per i formatori</p> <p>S. Braesel e T. Karg, DW Akademie (2018)</p> <p>www.dw.com/downloads/42424317/dw-akademielguidebook2018.pdf</p>
	<p>Manuale didattico sulla cittadinanza digitale</p> <p>J. Richardson e E. Milovidov, Consiglio d'Europa (2019)</p> <p>https://book.coe.int/en/human-rights-democratic-citizenship-and-interculturalism/7852-</p>

	digital-citizenship-education-handbook.html
	<p>I giovani e l'estremismo violento online</p> <p>S. Alava, D. Frau-Meigs e G. Hassan, UNESCO (2017)</p> <p>https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260382?posInSet=25&queryId=5aca6c25-da7f-4a7d-bca1-95e5aa9bedc5</p>
	<p>Yalla EMI: Una guida formativa per i media e l'informazione</p> <p>B. Blondeau e D. Frau-Meigs (2018)</p> <p>Disponibile in francese e arabo</p> <p>http://savoirdevenir.net/wp-content/uploads/2016/07/GuideYalla-FR.pdf</p>

2. Link utili per animazione pedagogica

- ❖ <https://www.animaker.com> per creare video animazioni
- ❖ <https://vizzlo.com/create/timeline> per creare delle timeline
- ❖ <https://infogram.com/examples/maps> per creare mappe interattive
- ❖ <https://www.powtoon.com> per creare video animazioni
- ❖ <http://www.thinglink.com/> per creare immagini animate
- ❖ <https://my.beekast.com> per creare sondaggi online e altre attività in aula
- ❖ <https://padlet.com/> per creare una bacheca digitale dove postare contenuti
- ❖ <https://www.genial.ly/fr> per creare contenuti animati

NB: Si prega di consultare le risorse presenti nei documenti condivisi online (con risorse in lingue diverse dall'inglese).

https://docs.google.com/spreadsheets/d/10wxgYEe9O8GiSKo8kTjv8uQqpkOeHJp5_k0ytBcZsdU/edit?usp=sharing

3. Glossario

*Il presente glossario fa riferimento a parole, valori e competenze chiave utilizzate nei moduli del programma formativo sulla MIL (all'interno delle quali sono indicate in **grassetto** quando vengono menzionate per la prima volta).*

Algoritmo: una serie di istruzioni per portare a termine un compito (non diversamente da una ricetta). I motori di ricerca, i social media, gli assistenti vocali, ecc. si basano tutti su algoritmi. Questi raccolgono dati e li utilizzano per modificare il proprio comportamento nel tempo e creare nuovi dati (apprendimento automatico). Gli algoritmi si basano sull'Intelligenza Artificiale.

Si veda anche: intelligenza artificiale; big data; dati.

App/Applicazioni: Originariamente un programma interattivo accessibile mediante un browser web, oggi le app si trovano più comunemente sui telefoni cellulari. Le App o "Applicazioni" sono software per l'utente finale che possono disporre di varie funzionalità: consentire agli utenti di svolgere le azioni quotidiane (come consultare il calendario o inviare e-mail), intrattenimento (viaggi, giochi o social network) e informazione (news, mappe o MOOC).

Si veda anche: Termini del servizio (TdS).

Benessere: è un desiderabile stato di salute e sicurezza che si prova durante la navigazione, quando si gioca o si eseguono ricerche online. Può portare un senso di sé positivo ed un sentimento di appartenenza ad una comunità. Promuove la partecipazione ad attività, rapporti sociali e alla presa di coscienza per agire attivamente all'interno delle società democratiche. Per la MIL, le principali questioni riguardano le minacce nei confronti del benessere, come i cyberbulli, i troll e le violazioni dei diritti umani.

Si veda anche: impronta digitale; presenza digitale; diritti umani; social advocacy.

Bias cognitivo: un problema legato all'elaborazione delle informazioni ed al modo in cui gli individui le percepiscono. Si verifica quando le persone creano una propria "realtà sociale soggettiva", che si discosta dal giudizio razionale. Un bias può distorcere la realtà e portare a prendere decisioni errate o dare delle interpretazioni illogiche. I tipi più comuni sono: bias di conferma (la tendenza ad interpretare nuove prove come una conferma delle proprie convinzioni o teorie); bias dell'autorità (la tendenza a dare maggior credito all'opinione di una figura autorevole); effetto di influenza continua (la tendenza a credere a informazioni errate apprese in precedenza anche dopo che esse sono state corrette). Nell'ambito della MIL, i bias sono associati a temi di opinione pubblica, stereotipi e limiti della libertà d'espressione.

Si veda anche: pensiero critico, fake news.

Big data: il termine si riferisce all'immensa quantità di informazioni codificate che viene analizzata mediante gli algoritmi in modo da definire modelli, tendenze e correlazioni. Essi possono essere elaborati con diversi tipi di analisi statistiche per la profilazione delle persone, per prevedere comportamenti, per ottenere dati analitici sull'apprendimento, ecc. Spesso in relazione ai big data si parla di "5 V": Volume, Varietà, Velocità, Veridicità e Valore. Per quanto riguarda la MIL, i punti più delicati e controversi riguardano la condivisione di dati, la sensibilizzazione dei consumatori e la privacy.

Si veda anche: sensibilizzazione del consumatore; dati; privacy.

Cittadinanza: è una competenza che consente agli utenti di partecipare in modo attivo, positivo e responsabile alle comunità online e offline, a livello locale, nazionale o globale. Poiché le tecnologie digitali hanno una natura dirompente e sono in costante evoluzione, questa forma di coinvolgimento comprende varie attività, come consumo, condivisione, gioco, apprendimento, ricerca e lavoro. Per la MIL, dei cittadini digitali competenti sono in grado di rispondere alle sfide digitali e di partecipare alla vita pubblica rispettando i diritti umani e le differenze interculturali.

Si veda anche: diritti umani.

Comunicazione transculturale: è la competenza che permette ai cittadini e agli utenti di provare reciprocamente empatia. Queste abilità rivestono grandissima importanza online, a causa della mancanza di stimoli visivi e uditivi. Tale comunicazione implica la tolleranza verso l'ambiguità, l'interesse per la diversità e il possesso di capacità di gestione della navigazione online e dei contatti sociali, nonché una conoscenza in termini geopolitici di quanto viene scambiato online.

Comunità: scambi di valore all'interno di comunità virtuali su conoscenze e informazioni che fungono da valuta per socializzare ed apprendere. Sono caratterizzate da "legami deboli", poiché i conoscenti di tutti i tipi (compresi gli estranei) potrebbero apportare informazioni attraverso le reti online. Con il tempo, l'appartenenza, l'influenza e le conversazioni emotive condivise possono creare un senso di appartenenza, all'interno di camere dell'eco e altri gruppi chiusi.

Si veda anche: contratto di informazione; contratto di condivisione.

Contratto di condivisione: si riferisce al contratto implicito stipulato dai social media con i propri utenti, come ben rappresentato dal caso degli influencer. Il contratto prevede 4 fasi principali: 1) una persona connessa individua uno scandalo; 2) crea un desiderio di cambiamento; 3) raccoglie le esperienze e le opinioni di altri utenti; e 4) apre un dialogo per giungere a delle soluzioni innovative (nessun ritorno allo status quo). Nella MIL, tale contratto è un elemento importante per spiegare il ruolo delle opinioni, dei commenti, delle conversazioni e delle forme di narrazione breve nelle società democratiche; l'accento viene posto sul rischio di fake news e di altri tipi di disordini informativi, poiché il contratto di condivisione può essere manipolato o sfruttato a favore di particolari parti interessate, provocando un senso di sfiducia verso i servizi dei social media.

Si veda anche: contratto di informazione; società democratica; disordini informativi; influencer.

Contratto di informazione: si riferisce al contratto implicito che i mass media hanno storicamente stipulato con i propri lettori e con il pubblico, come esemplificato dal caso delle notizie quotidiane. Il contratto prevede 4 fasi principali: 1) i professionisti (giornalisti, scienziati) individuano un problema razionalmente; 2) lo analizzano; 3) si rivolgono a degli esperti; e 4) propongono soluzioni. Nella MIL, è un elemento importante per spiegare il ruolo dell'informazione di qualità all'interno delle società democratiche; l'attenzione viene incentrata sui rischi di fake news o di altre fonti di disordini informativi, dato che il contratto di informazione può essere manipolato o sfruttato a favore di particolari parti interessate, provocando in tal modo un senso di sfiducia nelle istituzioni dei media.

Si veda anche: contratto di condivisione; società democratica; libertà d'espressione; fabbrica dell'informazione; disordini informativi.

Cookie: è un piccolo file memorizzato sul computer dell'utente, che immagazzina una modesta quantità di dati specifici di un particolare utente, ai fini della gestione del sito web. Ogniqualevolta l'utente accede al sito, il cookie viene inviato nuovamente al server sul quale risiede il sito. Un cookie di tracciamento può essere incorporato all'interno di materiali pubblicitari da un sito terzo e utilizzato per fornire un resoconto sulla cronologia di navigazione dell'utente e consentire di mostrare pubblicità mirate e su misura. Nell'ambito della MIL, i cookie possono essere visti come un'invasione della privacy, poiché consentono la profilazione senza che l'utente ne sia consapevole. Essi richiedono un pensiero critico per evitare propaganda e pratiche commerciali scorrette.

Si veda anche: dati; privacy.

Cyberbullismo: è una pericolosa forma di molestia, perpetrata mediante l'utilizzo di strumenti e servizi elettronici. Può comprendere messaggi di minaccia, pettegolezzi, commenti a sfondo sessuale, cyberstalking e discorsi d'odio. Le conseguenze possono essere dannose per le vittime (paura, rabbia, depressione e bassa autostima). Nell'ambito della MIL, si collega al tema dei disordini informativi, a contenuti e comportamenti online nocivi ed ai rischi verso la libertà d'espressione (effetto dissuasivo) e il benessere.

Si veda anche: reputazione digitale; identità; benessere.

Cybersicurezza: il termine si riferisce alla protezione dei computer da furti e/o danneggiamenti all'hardware, software ed al suo contenuto. Comprende anche interruzioni di servizio intenzionali o accidentali (pirateria o hacking). La MIL individua come minacce alla sicurezza che possono mettere a rischio il tentativo dei cittadini di controllare il proprio hardware ed i propri dati il phishing, lo spam ed i virus.

Si veda anche: privacy; sicurezza.

Data mining (estrazione di dati): si riferisce ai metodi di calcolo per l'esplorazione dei database, in modo da individuare modelli e profili, tendenze e collegamenti, fornendo così informazioni per i processi decisionali, come ad esempio il marketing predittivo. Funziona mediante algoritmi e statistiche per estrapolare informazioni dai big data.

Si veda anche: intelligenza artificiale; dati; big data.

Dati: il termine indica informazioni codificate che possono assumere molteplici forme, ad es. testo, immagini e suoni, ma anche interazioni, eventi, transazioni. I dati possono essere usati come un identificatore della vita reale di una persona, trasformata digitalmente. Le Informazioni Personali Sensibili (IPS) possono comprendere il nome, il codice fiscale, la data e il luogo di nascita, dati biometrici. Nell'ambito della MIL, le controversie sono legate all'uso da parte di terzi, siano essi di tipo commerciale (commercio, raccolta e vendita di dati) o criminale (furto di dati per finalità illecite). Ciò può portare a delle violazioni in termini di sicurezza e privacy.

Si veda anche: big data; privacy.

Deepfake: è un tipo di fake news alimentato mediante intelligenza artificiale in grado di creare contenuti audio e video perfettamente modificati. I deepfake sono stati utilizzati per modificare video di politici e attrici famose, mettendoli in imbarazzo in situazioni nelle quali gli vengono messe in bocca parole opposte rispetto alle loro dichiarazioni originali.

Si veda anche: fake news, disordini informativi.

Diritti umani: si tratta di un insieme di principi morali che regolano il comportamento umano all'interno delle società democratiche (come esplicitato dalla Dichiarazione Universale dei Diritti Umani del 1948). Essi si pongono come diritti inalienabili e fondamentali, per il bene della dignità umana. I diritti umani sono ugualitari ed applicabili ovunque, anche online. La MIL tende a porre particolare attenzione su alcuni principi, come la libertà d'espressione, la privacy, la partecipazione, la dignità e l'istruzione.

Discorso d'odio: è una dichiarazione volta a umiliare un'altra persona, in particolare mediante l'uso di un linguaggio crudele e degradante sulla base della razza, etnia, religione, sesso, disabilità, ecc. In Europa il tema è stato affrontato mediante specifiche leggi, che tuttavia creano un dibattito in merito alla libertà d'espressione. Nell'ambito della MIL, si riferisce ai modi in cui utilizzare i media per creare delle contro-narrazioni e favorire la comunicazione transculturale.

Si veda anche: comunicazione transculturale; società democratica; libertà d'espressione; partecipazione.

Disordini informativi: il termine si riferisce a dicerie, propaganda, tecniche di persuasione, post che gridano allo scandalo, campagne diffamatorie e fake news. Sui social media, gli algoritmi, i clickbait, i troll, i social bot e altri dispositivi possono diffondere false informazioni dando agli utenti l'impressione di ottenere informazione di qualità. Ciò può provocare una serie di disordini, alcuni dei quali sono illegali (come l'incitamento all'odio o al terrorismo ed al razzismo), mentre altri si collocano in una zona grigia di contenuti e comportamenti pericolosi (fake news, pettegolezzi, cyberbullismo). Nella MIL, essi fanno parte di categorie di rischio che vengono analizzate e affrontate in modo ordinato e promuovendo il benessere online.

Si veda anche: fabbrica dell'informazione; fake news.

Divario digitale: il termine si riferisce ai divari nell'accesso e nell'utilizzo della tecnologia, come le variabili economiche, culturali, sociali e legate all'età dei vari Paesi. Tale divario può portare a delle disuguaglianze tra persone e tra Paesi. Per la MIL, esso riguarda l'inclusione e la giustizia sociale, nonché l'apprendimento e la conoscenza. Il divario può creare una cittadinanza a due livelli, con effetti durevoli sulla partecipazione e sul benessere all'interno delle democrazie. Esso viene associato al gap digitale in termini di competenze.

Si veda anche: società democratica; benessere.

Fabbrica dell'informazione: si riferisce all'idea che l'informazione sia una costruzione, con istituzioni, contenuti e rappresentazioni, generi, modelli e linguaggi mediatici riconoscibili per un determinato pubblico o comunità. Tradizionalmente il termine è collegato al contratto di informazione e alle sue varie fasi. Nella MIL, è importante riconoscere le varie questioni legate alla fabbrica dell'informazione (proprietà dei media, stereotipi, manipolazione, ecc.) in modo da adoperare il pensiero critico e le competenze autoriflessive.

Si veda anche: contratto di informazione; disordini informativi.

Fake news: è un tipo di disinformazione intenzionale volta a fuorviare gli utenti. Le fake news sono molto diffuse nei media tradizionali e sui social media. Esse possono essere intese a danneggiare dal punto di vista commerciale, finanziario o politico un'entità o una persona. Online, le fake news vengono anche utilizzate per aumentare la monetizzazione (con titoli clickbait, pay-per-click, introiti pubblicitari). La MIL analizza le fake news in termini di qualità dell'informazione, manipolazione dell'opinione pubblica, invasione degli spazi pubblici, integrità delle elezioni. Richiede competenze di pensiero critico, di verifica dei fatti e delle fonti.

Si veda anche: pensiero critico; verifica dei fatti.

Forma narrativa lunga: si tratta di una storia lunga, in genere scritta in prosa, che descrive personaggi ed eventi reali o inventati, solitamente sotto forma di racconto sequenziale. Può trattarsi anche di una narrazione non lineare, la cui trama non si attiene alla tradizionale sequenza cronologica o ai nessi di casualità standard. Nell'ambito dei media, tali tipi di narrazione si presentano sotto varie forme e su vari supporti: libri, articoli, documentari, fumetti, film, televisione, videogiochi, musica e altre forme di arte audiovisiva.

Si veda anche: narrazione digitale; forme narrative brevi.

Forme narrative brevi: è una storia che descrive eventi reali o finti. Sui social media, si presentano sotto forma di commenti, mi piace, post, tweet, o video-storie, come quelle utilizzate su Snapchat, Instagram o Tik Tok.

Si veda anche: narrazione digitale; forme narrative lunghe .

Hacking/Hackeraggio: è il processo tramite cui si cerca di violare il sistema di difese e di sfruttare le debolezze di un sistema informatico o di una rete. Può essere dovuto a varie ragioni, come protesta, guadagno, gioco, spionaggio e raccolta di informazioni. Per la MIL, l'hacking pone dei problemi in termini di fiducia e rischi di violazioni della privacy.

Si veda anche: dati; privacy; sicurezza; benessere.

Identità digitale: originariamente uno strumento di mercato (per il *personal branding*), si tratta delle informazioni disponibili online su una persona, un'azienda o un dispositivo che rappresenta un'entità esistente nella vita reale. Consente il processo di autenticazione di un utente che interagisce online. Fornisce un accesso automatico agli altri computer e facilita la nascita di rapporti mediati. Oggi, il termine è arrivato ad indicare gli aspetti dell'identità della vita reale di una persona, raccogliendo tutti i dati generati dalle attività online di un individuo (acquisti, navigazione, contatti sociali, ecc.). Nell'ambito della MIL, il termine solleva il problema della gestione della presenza in rete e delle attività online in modo da garantire il benessere.

Si veda anche: cookie; dati; presenza digitale.

Impronta digitale: è l'insieme univoco di attività digitali tracciabili eseguite da un individuo (es. visite a siti web, commenti, pagamenti) su internet. Si dividono in due categorie: passive e attive, o involontarie e volontarie. Le prime hanno a che fare con i dati raccolti senza che l'individuo ne sia consapevole; le seconde si riferiscono a dati volontariamente comunicati per condividere ed interagire online con gli altri. Nell'ambito della MIL, questo termine solleva questioni in termini di privacy, tracciabilità e sicurezza.

Si veda anche: privacy; sicurezza.

Influencer: è un utente dei social media che si è creato un ampio pubblico o seguito ed i cui contenuti hanno una grande portata e/o impatto.

Si veda anche: partecipazione; contratto di condivisione; comunità.

Intelligenza Artificiale: è la capacità dei sistemi informatici di eseguire compiti che tradizionalmente richiederebbero l'intelligenza umana, come ad esempio percezione visiva, riconoscimento vocale, traduzione, ecc. Solitamente, gli utenti interagiscono con una IA attraverso una serie di domande vocali o scritte a cui il sistema risponde. La tecnologia IA è rintracciabile anche nei giochi digitali, nella robotica, negli assistenti di guida ed in tutti i sistemi che necessitano di un accesso a una gran quantità di dati per rendere più semplici le decisioni. Nell'ambito della MIL, seguire gli sviluppi della IA è importante, poiché pone la questione relativa all'utilizzo di dati personali/privati, nonché questioni legate alla privacy, alla dignità, al benessere, alla politica e agli spazi pubblici.

Si veda anche: algoritmo; big data; dati.

Libertà d'espressione: è uno dei diritti umani, che garantisce la possibilità per ciascun individuo non solo di esprimere la propria opinione, ma anche di renderla pubblica. Inoltre, le leggi in materia di libertà d'informazione garantiscono che le persone abbiano accesso alle informazioni che riguardano loro ed i propri governi, ove necessario. La libertà d'espressione si basa sull'affidabilità dei media e delle informazioni nelle società democratiche. Nella MIL è importante per quanto riguarda la pubblicazione ed il coinvolgimento online.

Si veda anche: società democratica; fake news; verifica dei fatti.

Mass media: il termine si riferisce a una varietà di formati e servizi multimediali utilizzati per comunicare al pubblico e raggiungere il più elevato numero di spettatori possibile, in particolar modo nel campo delle notizie. I mass media hanno completato la loro transizione verso il mondo digitale, ma mantengono ancora alcune delle loro caratteristiche originarie, come la linearità, la scelta editoriale.

Si veda anche: social media; contratto di informazione.

Meme: si tratta di immagini, video o testi che vengono copiati e diffusi in modo virale su internet. Spesso il loro tentativo è quello di suscitare una risata e si concretizzano per lo più in lievi variazioni di poche immagini principali. I meme possono essere condivisi sui social network, via e-mail, nei gruppi di discussione della comunità, sulle bacheche elettroniche e su archivi di immagini. Sono molto noti tra i giovani e vengono anche utilizzati nell'ambito delle fake news per creare confusione grazie alla loro popolarità.

Si veda anche: fake news; disordini informativi; social media.

Motore di ricerca: è un sistema software progettato per cercare informazioni su internet al fine di consentirne la consultazione da parte dell'utente. Sempre più spesso, i motori di ricerca svolgono altri servizi per gli utenti, e utilizzano il data mining con specifici algoritmi per eseguire la loro profilazione; alcuni motori tracciano le attività degli utenti, mentre altri no. Per la MIL, i problemi principali relativi ai motori di ricerca sono costituiti dalla manipolazione delle funzioni di ricerca per finalità politiche, commerciali o di altro tipo.

Si veda anche: dati; impronta digitale; identità digitale; fake news; privacy.

Narrazione digitale (o *digital storytelling*): è la capacità di creare forme narrative lunghe e brevi utilizzando i linguaggi dei media, ovvero mediante diversi formati, simboli, codici, convenzioni e principi progettuali multimediali, per creare strutture narrative riconoscibili che trasmettano un messaggio al pubblico. Nell'ambito della MIL, può essere utilizzata come uno strumento pedagogico per stimolare la creatività e condividere esperienze tra i partecipanti.

Si veda anche: forme narrative lunghe; forme narrative brevi.

Nudge/Nudging: il termine indica qualsiasi aspetto della presentazione delle scelte che condiziona il comportamento degli individui.

Opinione pubblica: è la formazione dell'opinione pubblica che giustifica l'utilizzo dei mass media ed il loro rapporto con le società democratiche, poiché i cittadini hanno bisogno di essere informati per prendere decisioni (come ad esempio per votare alle elezioni). Questo elemento dipende dalle attività di definizione dell'agenda eseguite dagli organi di stampa a livello internazionale, e sempre di più anche dai social media. La formazione dell'opinione pubblica richiede fiducia nel contratto di informazione e nel contratto di condivisione.

Si veda anche: mass media; social media; contratto di informazione.

Partecipazione: è la competenza che permette agli utenti di gestire una sana interazione con altre persone all'interno delle comunità online, tramite i wiki, i blog, i giochi ed i social media. Implica la presenza di valori e atteggiamenti legati alla collaborazione e al contributo attivo. Nell'ambito della MIL, la partecipazione è associata all'espressione del sé, alla costruzione di una comunità, al coinvolgimento nella cittadinanza, all'influenza e al benessere.

Si veda anche: identità digitale; presenza digitale; social media.

Pensiero critico: consiste nell'analisi e valutazione obiettiva di una questione al fine di esprimere un giudizio. Nell'ambito della MIL, esso consente agli utenti di padroneggiare i codici dei media digitali e di essere autoriflessivi in merito alla loro navigazione e partecipazione sul web. Le competenze cognitive implicate dal pensiero critico si riferiscono alla ricerca e alla convalida delle informazioni, nonché alla comprensione emotiva di situazioni comunicative complesse.

Si veda anche: verifica dei fatti.

Phishing: il termine, composto dalle parole "*phreaking*" (hackeraggio telefonico) e "*fishing*" (pescare), si riferisce alla pratica di creare un'esca per attirare una vittima. È un tentativo da parte dei pirati informatici e degli hacker di ottenere dati personali, in particolare Informazioni Personali Sensibili (IPS), spacciandosi per persone di fiducia (amici, colleghi, banche, ecc.). L'obiettivo è di indirizzare la vittima su siti web fasulli che infettano il computer con virus o che utilizzano i dati rubati per fini illegali.

Si veda anche: cybersicurezza; dati; protezione.

Presenza digitale: è la capacità di controllare la propria identità digitale. Implica la conoscenza dell'ottimizzazione dei motori di ricerca, la reputazione digitale, gli utilizzi dei social media, ecc. Il termine si è ormai esteso alle qualità personali e interpersonali che guidano la comunicazione digitale. La presenza digitale richiede competenze sociali e cognitive, che sono supportate dalla MIL.

Si veda anche: identità digitale; reputazione digitale; partecipazione.

Privacy: è il diritto di mantenere il controllo sui propri dati (accesso, verifica, rettifica, ecc.). Di solito viene violata da società che usano i dati personali per finalità commerciali, come la condivisione di dati con terze parti (ad es. persone diverse da quelle per cui i dati erano stati originariamente raccolti). All'interno dell'UE, la privacy è regolata dal RGPD, che prevede una tutela in caso di furto o manipolazione dei dati personali. Nell'ambito della MIL, le sfide si riferiscono alla diffusione dei dati ed ai rischi relativi al benessere, al cyberbullismo, alla presenza digitale, nonché alla profilazione commerciale.

Si veda anche: RGPD; data mining; presenza digitale; phishing.

Profilazione: è il processo mediante cui vengono esaminati i dati disponibili su un database, applicando dati statistici che forniscono informazioni e previsioni sulle persone o su altre attività online. Per la MIL, le sfide riguardano la sensibilizzazione in materia di impronta digitale e il potenziale uso improprio della profilazione per violare la privacy.
Si veda anche: big data; dati; impronta digitale; RGDP; privacy.

Protezione: è il diritto alla protezione dei dati online, tutelato dal RGDP. Tale diritto riguarda la responsabilità per le persone e le società pubbliche e private di rendere sicure le attività online, assicurando che i dati non vengano rubati o utilizzati da terzi senza il consenso dell'utente.
Si veda anche: privacy, profilazione; RGDP.

Reputazione digitale (“reputazione online”): è la percezione che gli utenti hanno di una persona, un marchio o un'azienda. Si tratta di una strategia di marketing d'influenza volta ad ottenere “mi piace” e commenti ed a migliorare la posizione del sito web di un'azienda o di un servizio online. Spesso viene associata ai modi per monetizzare i contenuti online, soprattutto con riferimento agli influencer. Per la MIL, essa è legata ai rischi di manipolazione dell'immagine di una persona o di un marchio; è altresì collegata alla monetizzazione della propria presenza online (pubblicità, clickbait, ecc.).
Si veda anche: cookie; dati; identità digitale; presenza digitale; influencer.

RGPD: il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati è stato adottato in tutta l'Unione Europea nel 2018, con delle autorità incaricate della protezione dei dati in ciascun Paese. Il RGPD dà alle persone un maggior controllo sui propri dati e sulla privacy e dovrebbe consentirgli di monitorare la loro presenza digitale.
Si veda anche: presenza digitale; dati; data mining; privacy.

Robot o “bot”: un robot informatico o “bot” è un'applicazione software o un agente intelligente che esegue compiti automatizzati su internet, come il web-crawling (analisi metodica e automatizzata dei contenuti di una rete) per analizzare file provenienti dai server web. I chat bot vengono utilizzati per conversare in un linguaggio naturale con utenti, mentre i social bot sono usati nelle reti di social media per generare messaggi. Nell'ambito della MIL, i bot sollevano questioni in termini di sfide etiche legate all'aumento di autonomia da parte dei robot e al fatto che essi stiano sostituendo le funzioni umane (es. nel campo del lavoro, dell'insegnamento o della guerra).
Si veda anche: intelligenza artificiale; data mining.

Sensibilizzazione del consumatore: è la competenza che permette agli utenti di utilizzare i social media e gli altri spazi sociali virtuali come un ambiente in cui spesso l'essere un cittadino digitale coincide con l'essere un consumatore di prodotti e servizi online. La comprensione delle implicazioni degli spazi online per la realtà commerciale è una delle competenze di cui gli individui hanno bisogno per mantenere la propria autonomia di cittadini digitali e per proteggere la loro privacy online. Nell'ambito della MIL, ciò solleva questioni legate ai diritti degli altri ed ai mezzi basati sull'età per comprendere tutte le dimensioni dei “termini del servizio”.
Si veda anche: Termini del Servizio.

Social advocacy: ha a che fare con la giustizia sociale legata ai valori propri di una società democratica, con particolare riferimento ai diritti umani. I temi di cui si occupa comprendono: diritti civili, costruzione di una comunità, sensibilizzazione al consumo, violazioni dei diritti umani. Ha come scopo l'inclusione sociale, il mutamento sociale e il benessere. Nella MIL, si traduce in coinvolgimento e presa di coscienza per la partecipazione online e offline.
Si veda anche: società democratica; diritti umani.

Social media: il termine si riferisce a una serie di applicazioni e/o servizi online che agevolano le interazioni sociali, basandosi sul contratto di condivisione (come ad esempio file multimediali,

documenti e dati). I social media costruiscono delle comunità online e un pubblico, che entra in contatto e condivide interessi e attività.

Gli utenti devono creare i propri profili e caricare contenuti (testi, immagini o altri tipi di file). Molti social network sono accessibili solo a persone di età superiore ai 13-16 anni (a seconda delle leggi applicabili in ciascun Paese europeo).

Si veda anche: impronta digitale; presenza digitale; fake news.

Società democratica: è una società in cui i diritti umani vengono rispettati offline e online, che incoraggia la cittadinanza attiva e la partecipazione. Nell'ambito della MIL, si riferisce ad alcuni specifici valori dei diritti umani, come la privacy, la libertà d'espressione, la dignità la sicurezza, l'istruzione e la partecipazione.

Standard open source: sono specifiche accessibili a tutti che consentono a un individuo o ad una comunità di utilizzare i software in modo indipendente. Essi possono essere liberamente adottati, implementati e persino ampliati e sviluppati. Un tipico esempio di tali standard è la piattaforma Moodle per l'apprendimento online o lo standard UNIX per i protocolli TCP/IP. I Creative Commons sono stati introdotti per promuovere questa nozione strettamente collegata agli Information commons (beni comuni dell'informazione), al fine di democratizzare la conoscenza e l'apprendimento online.

Si veda anche: società democratica; partecipazione.

Stereotipo: è un'idea semplificata e molto diffusa su una tipologia di persona o gruppo. Su internet, gli stereotipi possono essere usati per rafforzare l'identità ed il senso di appartenenza. Gli stereotipi costruiscono rappresentazioni e immagini che tendono ad essere durevoli e difficili da sradicare o modificare e possono favorire l'emergere di discorsi d'odio ed altre forme di discriminazione.

Si veda anche: comunicazione transculturale; narrazione digitale; discorso d'odio.

Termini del Servizio (TdS): anche noti come "termini di utilizzo" (TdU), rappresentano le norme proposte dai siti e dai servizi di social media, che devono essere accettate dagli utenti prima di accedervi. Sebbene essi tendano ad essere una mera dichiarazione di limitazione di responsabilità, possono contenere altri elementi, in particolar modo per quanto riguarda i diritti di proprietà intellettuale dei contenuti condivisi online tramite il servizio o l'app.

Si veda anche: app; privacy; social media.

Troll: è una persona che posta messaggi provocatori o irritanti online, per disturbare la comunicazione e fomentare gli animi. L'obiettivo è quello di turbare la comunità suscitando risposte emotive, spesso per divertimento, ma sempre più spesso anche per motivi politici, come accade con le fake news.

Si veda anche: cyberbullismo; fake news; social media.

Verifica dei fatti (o fact-checking): è la strategia utilizzata dai giornalisti o dai cittadini per smascherare le fake news. Essa prevede l'utilizzo di risorse umane e strumenti digitali per valutare la veridicità e l'affidabilità delle informazioni, verificando la relativa fonte e analizzando il modo in cui esse sono state pubblicate o pubblicizzate.

Si veda anche: fake news.

Videogiochi: sono giochi fruiti utilizzando programmi informatici. Alcuni giochi online possono permettere ai giocatori di interagire attivamente con il mondo in cui sono immersi e spesso i giocatori possono vedere il gioco dalla prospettiva del proprio personaggio (in prima persona) o da più prospettive, come i Giochi di Ruolo in Rete Multigiocatore di Massa (MMORPG). Nella MIL, i videogiochi possono sollevare questioni relative alla dipendenza, al benessere, alla privacy e alla sensibilizzazione del consumatore.

Si veda anche: impronta digitale.