



Commissione
europea



Insegnare l'alfabetizzazione mediatica e contrastare la disinformazione con eTwinning

#eTwinning

Erasmus+

Arricchire la vita, aprire la mente.

Sport

Jean Monnet

Gioventù

Istruzione superiore

Formazione e educazione professionale

Formazione degli adulti



Educazione scolastica

Erasmus+

Maggiori informazioni sull'Unione europea sono disponibili su Internet (<http://europa.eu>).

Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 2022

STAMPA	ISBN 978-92-9484-425-5	doi: 10.2797/536692	EC-05-21-019-IT-C
PDF	ISBN 978-92-9484-427-9	doi: 10.2797/7032	EC-05-21-019-IT-N
EPUB	ISBN 978-92-9484-440-8	doi: 10.2797/694315	EC-05-21-019-IT-E

© Unione europea, 2022

La presente pubblicazione è stata prodotta dall'Unità europea eTwinning, gestita da European Schoolnet (EUN Partnership) nell'ambito di un contratto con l'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura, finanziato dal bilancio dell'Unione. Le opinioni qui espresse sono esclusivamente quelle del fornitore e non rappresentano la posizione ufficiale dell'autorità contraente.

La politica di riutilizzo della Commissione è implementata dalla Decisione della Commissione 2011/833/EU del 12 dicembre 2011 sul riutilizzo dei documenti della Commissione (OJ L 330, 14.12.2011, p. 39 – <https://eur-lex.europa.eu/eli/dec/2011/833/oj>).

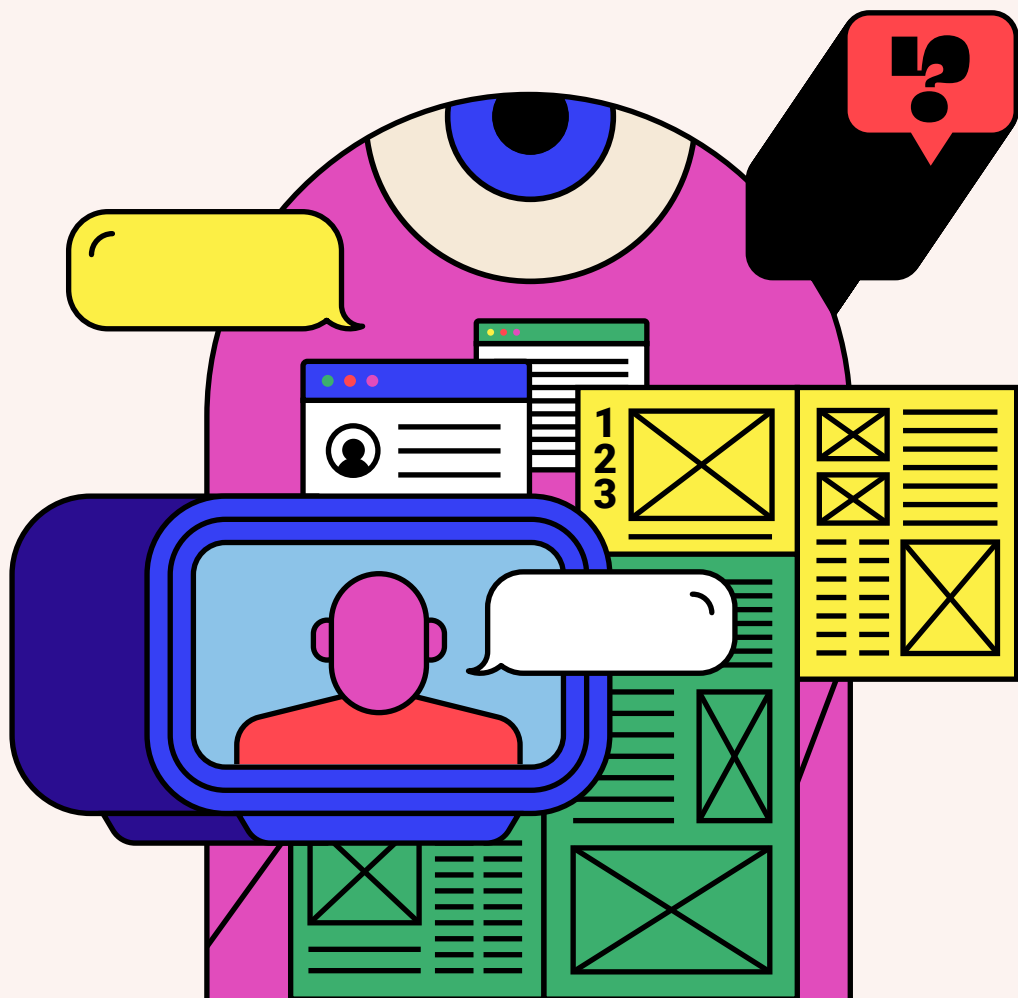
Dove non diversamente specificato, il riutilizzo del presente documento è autorizzato entro i termini della licenza Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Questo significa che il riutilizzo è autorizzato, previa indicazione esplicita dei crediti e di eventuali modifiche.

Per qualsiasi uso o riproduzione di elementi che non sono di proprietà dell'UE, potrebbe essere necessario chiedere il permesso direttamente ai rispettivi titolari dei diritti. L'UE non detiene i diritti d'autore in relazione alle immagini che non riportano l'indicatore di copyright © Unione europea.

CREDITS

Foto di copertina: © Fokussiert & dvulikaia, stock.adobe.com.

Progetto grafico: © Sophie Despras.



Sommario

PREMESSA	6
INTRODUZIONE	8
CAPITOLO 1 Alfabetizzazione mediatica: Esplorare i concetti attraverso la politica europea	12
CAPITOLO 2 Disinformazione e pensiero critico	20
CAPITOLO 3 I giovani e i media	30
CAPITOLO 4 Alfabetizzazione mediatica in eTwinning attraverso il lavoro sui progetti 4.1. Età 0-6 4.2. Età 7-11 4.3. Età 12-16 4.4. Età 16-19 4.5 Educazione e formazione professionale	38
CAPITOLO 5 Risorse per insegnare l'alfabetizzazione mediatica	72
CAPITOLO 6 Attività di classe per sviluppare l'alfabetizzazione mediatica	78
CONCLUSIONI	86
APPENDICE	88

Premessa

Cara lettrice, caro lettore, Viviamo tutti in tempi estremamente impegnativi e interessanti. L'informazione, da un lato, scorre liberamente da tutte le direzioni ed è facilmente disponibile in una manciata di secondi.



Come rovescio della medaglia, la facilità di accesso alle informazioni crea una miriade di opportunità per diffondere messaggi errati, che possono portare alla manipolazione. Gli studi hanno dimostrato infatti che, paradossalmente, **la nuova era dell'informazione non ha incrementato il livello di conoscenza e comprensione** della popolazione in generale, perché spesso finiamo per cercare solo le informazioni che confermano le nostre idee preesistenti o perché l'informazione (o la disinformazione) viaggia troppo velocemente nel mondo globalizzato e digitale. Questa situazione **mette in pericolo il funzionamento delle forme di governo democratico** e i nostri sforzi per affrontare i problemi globali, come il cambiamento climatico, lo sviluppo sostenibile e le disuguaglianze socio-economiche.

Ecco perché, per il bene delle generazioni future e per il futuro del pianeta, **è essenziale che forniamo ai sistemi scolastici** di tutta Europa potenti strumenti che possano aiutare gli studenti a sviluppare la capacità di pensiero critico, la quale a sua volta aiuta a distinguere i fatti dalle mistificazioni e la scienza dalla pseudo-scienza. La Commissione europea ha già sviluppato **alcuni documenti di riferimento** che aiutano gli Stati Membri nei loro sforzi per migliorare le competenze di pensiero critico e alfabetizzazione mediatica tra i cittadini dell'UE nella prospettiva dell'apprendimento permanente. L'alfabetizzazione mediatica fa parte della competenza digitale, che viene descritta nella Raccomandazione del Consiglio sulle competenze chiave,

oltre che nel più dettagliato LifeComp, il quadro europeo per le competenze chiave personali, sociali e di imparare a imparare.

Gli studenti devono sviluppare la consapevolezza dei potenziali bias

nei dati e nei limiti personali, raccogliendo al contempo informazioni e idee valide e affidabili da fonti diversificate e rispettabili. Il livello successivo comporta il confronto, l'analisi, la valutazione e la sintetizzazione di informazioni, idee e messaggi mediatici al fine di trarre conclusioni logiche.

Infine, gli studenti devono essere pronti ad agire. Per questo, dovrebbero essere dotati degli strumenti per sviluppare idee creative, sintetizzare e combinare concetti e informazioni da diverse fonti allo scopo di risolvere problemi.

Si tratta di un compito arduo, che richiede la mobilitazione di educatori e istituzioni didattiche, dei media e delle imprese. È chiaro che **gli insegnanti hanno un ruolo cruciale** nel guidare gli studenti verso l'alfabetizzazione mediatica. I docenti, infatti, aiutano gli studenti a sviluppare il pensiero critico e il buon senso quando si tratta di navigare online. Da anni eTwinning fornisce preziosi strumenti a supporto degli insegnanti impegnati in questo sforzo. **Il tema di quest'anno "Insegnare l'alfabetizzazione mediatica e contrastare la disinformazione con**

eTwinning" ha contribuito a stimolare la consapevolezza, la cooperazione e gli strumenti necessari ad aiutare ulteriormente gli insegnanti a dotarsi di solide competenze digitali e di alfabetizzazione mediatica. Grazie alla sua natura profondamente collaborativa, eTwinning offre la perfetta opportunità per esplorare metodi didattici e concetti pedagogici innovativi. Inoltre, la componente transnazionale dei progetti eTwinning consente a tutti i partecipanti di acquisire una molteplicità di prospettive, particolarmente utili per interrompere il meccanismo detto della "camera di risonanza".

Questo libro **si prefigge l'obiettivo di aiutare gli insegnanti nel loro lavoro in aula** con esempi concreti di storie di successo, strategie e attività pedagogiche, strumenti e risorse.



Ecco perché questa pubblicazione è una pietra miliare nel nostro viaggio verso una migliore alfabetizzazione mediatica per tutti.

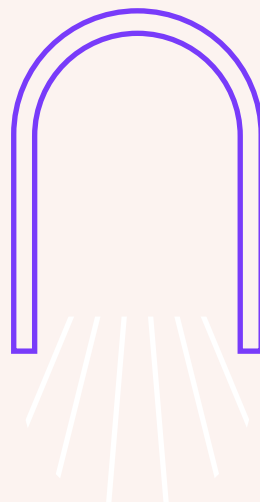
1 https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/council-recommendation-on-key-competences-for-lifelong-learning_en

2 <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC120911>

Introduzione

“L’alfabetizzazione mediatica - la capacità di accedere ai media, di averne una comprensione critica e di interagire con essi - non è mai stata così importante come oggi. Permette ai cittadini di tutte le età di navigare nel moderno ambiente delle notizie e prendere decisioni informate”

(Commissione europea, 2019).



L’alfabetizzazione mediatica può essere definita come la “capacità di accedere ai media, capirne e valutarne criticamente i diversi aspetti e contesti, e di creare comunicazione in svariati ambiti” (Commissione europea, 2007).

Essere **persone capaci di pensare in modo indipendente e informato** nel mondo digitale del 21° secolo è una vera sfida e, in realtà, sono pochi quelli efficacemente preparati a navigare nell’ambiente online. La carenza di alfabetizzazione mediatica digitale nel mondo è stata identificata come un fattore critico che spiega la diffusa inclinazione a credere a false informazioni diffuse online, siano essere ascrivibili alla **misinformazione** o alla **disinformazione**, e questo ha portato

a cambiamenti nella politica scolastica in Europa e nel mondo, nella gestione dei dati personali e a un ripensare la progettazione delle piattaforme tecnologiche.

La diffusa fiducia nelle informazioni false che circolano online è una sfida cruciale per le società odierne e questo fenomeno è diventato ancor più evidente lo scorso anno, durante la pandemia. “È giunto il momento” ha scritto in un tweet la Commissione europea: “Mai come oggi, durante la pandemia di coronavirus, si sente il bisogno di unarete **Internet libera da informazioni false e fuorvianti.**”

Per essere **sicuri, positivi e rispettosi** online, l’alfabetizzazione mediatica

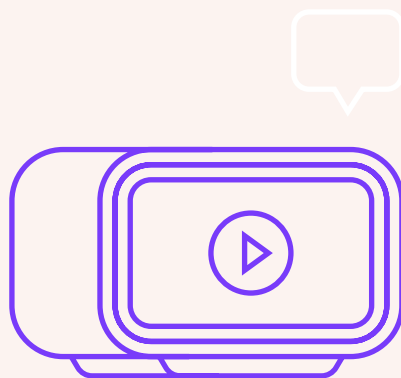
è cruciale. Le informazioni possono provenire da un'ampia gamma di fonti ed essere disponibili da svariati formati online: siti web di notizie, contenuti social, podcast, videogame. Capire **come navigare, selezionare e valutare criticamente** le informazioni sono competenze che tutti gli utenti online dovrebbero possedere per essere in grado di gestire i rischi associati a problemi come disinformazione, scam, hate speech e gestione delle relazioni online.

Da quando i bambini e i giovani si rivolgono sempre di più ai social media e alle piattaforme di condivisione video per trovare notizie o informazioni, le competenze di pensiero critico sono più importanti che mai per consentire loro di essere **utenti critici dei contenuti online**. La capacità di distinguere i fatti dalle opinioni e il vero dal falso ha conseguenze non solo per la loro sicurezza personale online, ma anche per le loro azioni, che possono incidere sul benessere di altri utenti online e dell'intera società.

La moderna vita online di bambini e ragazzi offre molte opportunità per esplorare, imparare, creare e comunicare. Tuttavia, presenta anche una serie di sfide complesse di cui i giovani devono essere consapevoli per **vivere esperienze online sicure e positive**. Dal momento che i giovani non accedono all'informazione solo attraverso il materiale informativo tradizionale (come i giornali, i siti web

di notizie, le trasmissioni radiofoniche e televisive), devono capire come elaborare correttamente l'informazione attraverso altri canali in cui il **fact-checking** diventa più difficile, per esempio: seguire i consigli del loro vlogger preferito, distinguere tra post sponsorizzati (pubblicità pagata) e post regolari sui social media, riconoscere immagini e video modificati con Photoshop o altri programmi, o imbattersi in teorie di cospirazione o informazioni false condivise da familiari o amici.

Comprendere le motivazioni che spingono un utente online a modificare od omettere dettagli chiave, come può mescolare fatti e opinioni nei suoi messaggi, come seleziona un pubblico e cosa desidera che quel pubblico faccia a seguito dell'ascolto dei suoi messaggi sono tutte **competenze di alfabetizzazione mediatica** cruciali, che le persone in generale e i giovani in particolare devono possedere per fare **scelte positive online e offline**.



Oltre al comportamento da utente, le esperienze online dei giovani includono l'esposizione a prodotti Internet e tecnologici che sono sempre più alimentati dai **dati personali dell'utente**: più un servizio, un dispositivo o un'applicazione sa di te in quanto consumatore, più può adattare ciò che vedi e sperimenti al fine di soddisfare meglio quelli che percepisce essere i tuoi bisogni o interessi.

L'alfabetizzazione mediatica gioca un ruolo chiave anche qui: permettere ai giovani di capire che ciò che vedono nei feed dei social media e nei risultati dei motori di ricerca può differire da ciò che vedono gli altri, e che possono assumere il controllo sul modo in cui i loro dati vengono raccolti e utilizzati online.

Il ruolo della tecnologia nel filtrare, selezionare ed erogare le informazioni in cui ci imbattiamo online ha dato origine a concetti come **"filter bubbles"** (it. "bolla di filtraggio", nella quale agli

utenti vengono presentate solo le informazioni che si conformano alle loro idee, rafforzandole) e **"echo chambers"** (it. "camera dell'eco", in cui gli utenti che condividono opinioni simili o uguali interagiscono e confermano un unico punto di vista escludendo le alternative e creando la falsa impressione che un'opinione sia più diffusa nella società di quanto davvero non sia).

Fornire a bambini e ragazzi opportunità educative per esplorare e discutere come gestire e valutare le informazioni online in tutte le loro forme è fondamentale per consentire loro di essere **positivi e sicuri online**.

Negli ultimi 16 anni, eTwinning ha promosso l'alfabetizzazione mediatica concentrandosi sull'**integrazione di strumenti digitali nella vita quotidiana di insegnanti e studenti**, prestando particolare attenzione all'effetto di questi strumenti sulla nostra vita.

L'alfabetizzazione mediatica, in particolare quella digitale, è cruciale nel mondo di oggi e questo libro è concepito per mostrare come gli eTwinners affrontano questo principio fondamentale del vivere nell'era digitale, insegnando ai loro alunni a prendere il controllo e non essere controllati dal mondo digitale. Speriamo che la sua lettura ti piaccia.



Il tema dell'alfabetizzazione mediatica e del suo utilizzo per combattere la disinformazione è l'argomento centrale di questo libro, per aiutare gli insegnanti a lavorare in classe con i loro alunni per affrontare questa sfida in futuro.

CAPITOLO 1

Offre il punto di vista europeo, spiega perché è stato scelto il tema dell'alfabetizzazione mediatica, qual è il suo impatto sulla comunità didattica e come è stato veicolato attraverso eTwinning.

CAPITOLO 2

Alcuni Amici di eTwinning spiegano il concetto di disinformazione attraverso la prospettiva attuale e storica, ed esplorano il potere degli algoritmi nella creazione delle notizie.

CAPITOLO 3

Esamina l'interazione dei giovani con i media, i luoghi di accesso e consumo delle notizie, e il modo in cui analizzano le informazioni. Per fare questo, si avvale della collaborazione dell'iniziativa Better Internet for Kids.

CAPITOLO 4

Illustra progetti eTwinning di eccellenza sul tema dell'alfabetizzazione mediatica e della disinformazione.

CAPITOLO 5

Fornisce esempi di strumenti e risorse disponibili per l'uso in aula e nei progetti eTwinning.

CAPITOLO 6

Propone attività da svolgere in aula per ogni fascia d'età.



CAPITOLO 1

Alfabetizzazione mediatica

Esplorare i concetti attraverso la
politica europea

Contributi di:

Marta MARKOWSKA Commissione europea, Direzione generale per l'Educazione, la Gioventù, lo Sport e la Cultura

Simona PETKOVA Commissione europea, Direzione generale per l'Educazione, la Gioventù, lo Sport e la Cultura

Lida POLITI Commissione europea, Direzione generale per le Reti di comunicazione, i Contenuti e la Tecnologia

Bronagh WALTON Commissione europea, Direzione generale per le Reti di comunicazione, i Contenuti e la Tecnologia

L'istruzione e la formazione hanno un ruolo fondamentale da svolgere nel dotare i cittadini del pensiero critico necessario per esercitare il giudizio nel mondo online, tenendo conto della sua natura in rapida evoluzione, delle nuove tecnologie, dell'impatto degli algoritmi e dei rischi senza precedenti legati alle cosiddette bolle di informazione e camere d'eco.

Un panorama dei media e dell'informazione in rapida evoluzione, unito a una pletera di piattaforme e fonti di informazione online, richiede che le persone siano non solo sicure di sé, ma anche utenti consapevoli e critici quando si muovono nei media, in particolare nel mondo online.

Sebbene l'alfabetizzazione mediatica abbia alle spalle una lunga storia in merito ai mezzi di comunicazione di massa disponibili, qui ci concentriamo su sviluppi politici molto recenti. Dall'implementazione della Dichiarazione di Parigi sulla promozione della cittadinanza e dei valori comuni di

libertà, tolleranza e non discriminazione attraverso l'educazione (adottata dalla Commissione europea e dai Ministeri dell'Istruzione dell'UE nel marzo del 2015) fino al più recente Piano d'azione per l'educazione digitale 2021-2027, è chiaro che insegnanti ed educatori continuano a giocare un ruolo vitale per permettere ai giovani di beneficiare del dibattito e delle discussioni online e di contribuirvi nell'ambito del processo democratico.

La Dichiarazione di Parigi ha mobilitato il settore dell'istruzione per promuovere i valori comuni dell'UE e ha riconosciuto che lo scopo principale dell'istruzione

non è solo quello di sviluppare conoscenze, abilità, competenze e attitudini, ma anche di aiutare i giovani – in stretta collaborazione con i genitori e le famiglie – a diventare membri attivi, responsabili e aperti della società. La Dichiarazione ha evidenziato l'**importanza di potenziare le competenze di alfabetizzazione mediatica e di pensiero critico**, in particolare nell'uso di Internet e dei social media, in modo da accrescere la consapevolezza dei rischi legati all'affidabilità delle fonti di informazione e contribuire all'esercizio di una sana capacità di giudizio di fronte al crescente populismo, alla xenofobia, alla radicalizzazione e alla diffusione della disinformazione.

Il Quadro strategico per la cooperazione europea nell'educazione e formazione (ET 2020), che includeva un Gruppo di lavoro dedicato formato da Stati Membri e stakeholder concentrati sulla promozione di valori comuni, l'educazione inclusiva e l'implementazione della Dichiarazione di Parigi¹. Inoltre, le Conclusioni del Consiglio d'Europa del maggio 2016 sullo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica e del pensiero critico attraverso l'istruzione e la formazione hanno sottolineato che l'istruzione e la formazione dovrebbero fornire ai discenti le competenze e i valori

necessari "per accedere, interpretare, produrre e utilizzare le informazioni e altri contenuti mediatici, in particolare nel contesto di Internet e dei social media, in modo sicuro e responsabile." In maniera simile, la Raccomandazione del Consiglio sui valori comuni, l'istruzione inclusiva e la dimensione europea dell'insegnamento (22 maggio 2018) ha sottolineato la necessità di continuare a promuovere valori comuni in quanto vettori di coesione e inclusione, di favorire l'implementazione degli ambienti di apprendimento partecipativo a tutti i livelli dell'istruzione, di migliorare la formazione per gli insegnanti sulla cittadinanza e la diversità, e di potenziare le competenze di alfabetizzazione mediatica e di pensiero critico di tutti i discenti.

L'importanza dello sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica è sottolineata anche nel Quadro europeo delle **Competenze chiave per l'apprendimento permanente**² (maggio 2018). Insieme a sostenibilità, valori comuni europei, apertura alla diversità culturale e all'innovazione, l'alfabetizzazione mediatica è uno dei cinque concetti che stanno alla base delle otto competenze chiave che i cittadini di tutte le età dovrebbero possedere. Inoltre, il Quadro della competenze digitali per i cittadini

¹ Il gruppo ha pubblicato una Scheda tematica sugli usi e gli abusi dei media moderni, disponibile qui: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cd9faea8-ba77-11ea-811c-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-search>

² 2018/C 189/01; https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/council-recommendation-on-key-competences-for-lifelong-learning_en

³ COM (2020) 790 final

stilato dalla Commissione identifica l'alfabetizzazione informatica, la sicurezza online e la creazione di contenuti digitali come elementi dell'ampio mix di competenze digitali necessarie a tutti i discenti di oggi.

Inoltre, **le Conclusioni del Consiglio sull'alfabetizzazione mediatica in un mondo in continua evoluzione del maggio 2020** hanno dichiarato che l'esposizione dei cittadini a una grande quantità di disinformazione, soprattutto in tempi di gravi crisi globali, come la pandemia di COVID-19, sottolineano l'importanza di un approccio sistematico allo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica. Secondo le conclusioni del Consiglio, l'alfabetizzazione mediatica non dovrebbe limitarsi all'apprendimento di strumenti e tecnologie, ma dovrebbe anche mirare a dotare i cittadini delle capacità di pensiero critico necessarie per esercitare il giudizio, analizzare realtà complesse e riconoscere la differenza tra opinioni e fatti. Allo stesso modo, le Conclusioni del Consiglio sottolineano l'importanza di sviluppare e condividere materiali didattici e formativi sull'educazione ai media, e lo sviluppo di un approccio sistematico per migliorare le competenze dei professionisti in diversi settori, compresi gli insegnanti, al fine di rafforzare il loro ruolo nello sviluppo dell'educazione mediatica dei cittadini.

Prendendo le mosse dal **Piano d'azione per la democrazia europea**³ presentato a dicembre 2020, la Commissione ha intensificato i suoi sforzi per combattere la diffusione di informazioni fuorvianti, imprecise e potenzialmente dannose

nel mondo digitale. Il profondo impatto del fenomeno della disinformazione è diventato sempre più critico alla luce del rapido emergere delle nuove tecnologie e dello scoppio della pandemia di COVID-19. La cosiddetta "infodemia", vale a dire il diluvio di false informazioni relative al virus, in particolare attraverso i social media, ha sottolineato il ruolo sostanziale che le tecnologie digitali possono svolgere nel diffondere una pleora di (dis)informazioni e, in ultima analisi, influenzare le decisioni dei cittadini dell'UE, soprattutto in periodi di crisi globale. La necessità di un'azione più coordinata è stata affrontata nella Comunicazione congiunta sulla lotta alla disinformazione sul coronavirus⁴, pubblicata a giugno 2020.

Al centro degli sforzi dell'UE per contrastare la disinformazione c'è il **Codice di buone pratiche sulla disinformazione**. In vigore dal 2018, questo Codice è uno strumento di autoregolamentazione che riunisce le principali piattaforme online e altri attori per intensificare la lotta alla disinformazione. Per affrontare alcune carenze del Codice, la Commissione ha recentemente pubblicato degli orientamenti per rafforzare la sua applicazione e garantire un ecosistema online più trasparente e affidabile, preservando la libertà di espressione, come sancito dalla Carta dei Diritti Fondamentali. La versione rafforzata del Codice mirerà a creare un ponte con la proposta di legge sui servizi digitali (Digital Services Act, DSA)⁵.

L'educazione ha un ruolo chiave nella lotta contro la disinformazione. Dotare gli insegnanti, il personale educativo,

gli studenti e i genitori, così come gli apprendenti durante tutto l'arco della vita, di solide competenze digitali e di alfabetizzazione mediatica può contribuire enormemente a formare un pubblico ben informato, capace di valutare la credibilità delle fonti online e di individuare le notizie potenzialmente false, promuovendo al contempo un sano dibattito democratico pubblico.

A tal fine, il **Piano d'azione per l'educazione digitale (2021-2027)** incentra una delle sue due priorità strategiche sullo sviluppo di competenze e abilità per la transizione digitale delle persone di tutte le età. In questa visione, l'alfabetizzazione digitale e il contrasto alla disinformazione svolgono un ruolo cruciale. In considerazione di questo, la Commissione sta sviluppando linee guida comuni per insegnanti ed educatori sulla promozione dell'alfabetizzazione digitale e il contrasto della disinformazione attraverso educazione e formazione. Le linee guida forniranno **a insegnanti e personale scolastico spunti e informazioni pratiche** su come promuovere un'ampia comprensione dell'alfabetizzazione digitale attraverso l'istruzione e la formazione, ampliare la consapevolezza e la conoscenza della disinformazione, consentire un uso responsabile e sicuro delle tecnologie digitali. Le linee guida saranno pubblicate a settembre 2022 nell'ambito

della campagna "Back to school".

Infine, lavorando per realizzare lo **Spazio europeo dell'istruzione** e la sua ambiziosa visione di eccellenza nell'istruzione per gli studenti di tutta Europa, la costruzione di ambienti educativi democratici liberi da bullismo, discorsi dannosi e disinformazione è fondamentale. A tal fine, gli insegnanti e gli educatori svolgono un ruolo vitale nel contribuire a creare un ambiente di apprendimento sicuro e privo di discriminazione, anche attraverso lo sviluppo del pensiero critico.

I principali programmi di finanziamento della Commissione, cioè **Erasmus+** e il **Corpo europeo di solidarietà**, hanno sostenuto una serie di progetti di alfabetizzazione mediatica e continueranno a farlo nel nuovo periodo di programmazione. Dal 2014, più di 2.600 progetti Erasmus+ che, tra gli altri argomenti, si occupano di alfabetizzazione mediatica e disinformazione sono stati selezionati per il finanziamento, con un budget complessivo di oltre 241 milioni di euro. Per non parlare, naturalmente, dei progetti eTwinning in questo settore, che esamineremo più avanti in questo libro.

A completamento del lavoro svolto dalla Direzione generale per l'Istruzione, la Gioventù, lo Sport e la Cultura (DG EAC), l'alfabetizzazione mediatica è ulteriormente sostenuta dalla Direzione

⁴ JOIN (2020) 8 final

⁵ Proposta di REGOLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO relativo a un mercato unico dei servizi digitali (Legge sui servizi digitali) e che modifica la direttiva 2000/31/EC - (COM (2020) 825 final)

generale per le Reti di comunicazione, i Contenuti e la Tecnologia (DG CNECT), che è responsabile della politica di disinformazione e delle azioni concrete per combattere la disinformazione online.

La DG CNECT è responsabile del **Gruppo di esperti in alfabetizzazione mediatica** che fornisce un forum per lo scambio di buone pratiche in Europa sull'alfabetizzazione mediatica, lavorando a stretto contatto con i 27 Stati Membri e una serie di organizzazioni che operano nel campo dell'alfabetizzazione mediatica, tra cui l'UNESCO, l'Osservatorio europeo dell'audiovisivo, l'Osservatorio europeo dei media digitali e altri.

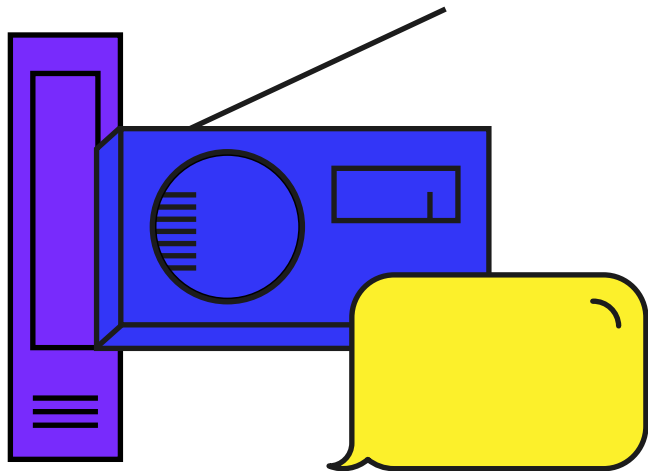
La DG CNECT lavora a stretto contatto con l'UNESCO sull'implementazione dell'edizione 2021 della **Settimana europea dell'alfabetizzazione mediatica** che, per la prima volta, si terrà a fine ottobre insieme al consueto evento UNESCO sull'alfabetizzazione mediatica e delle informazioni.

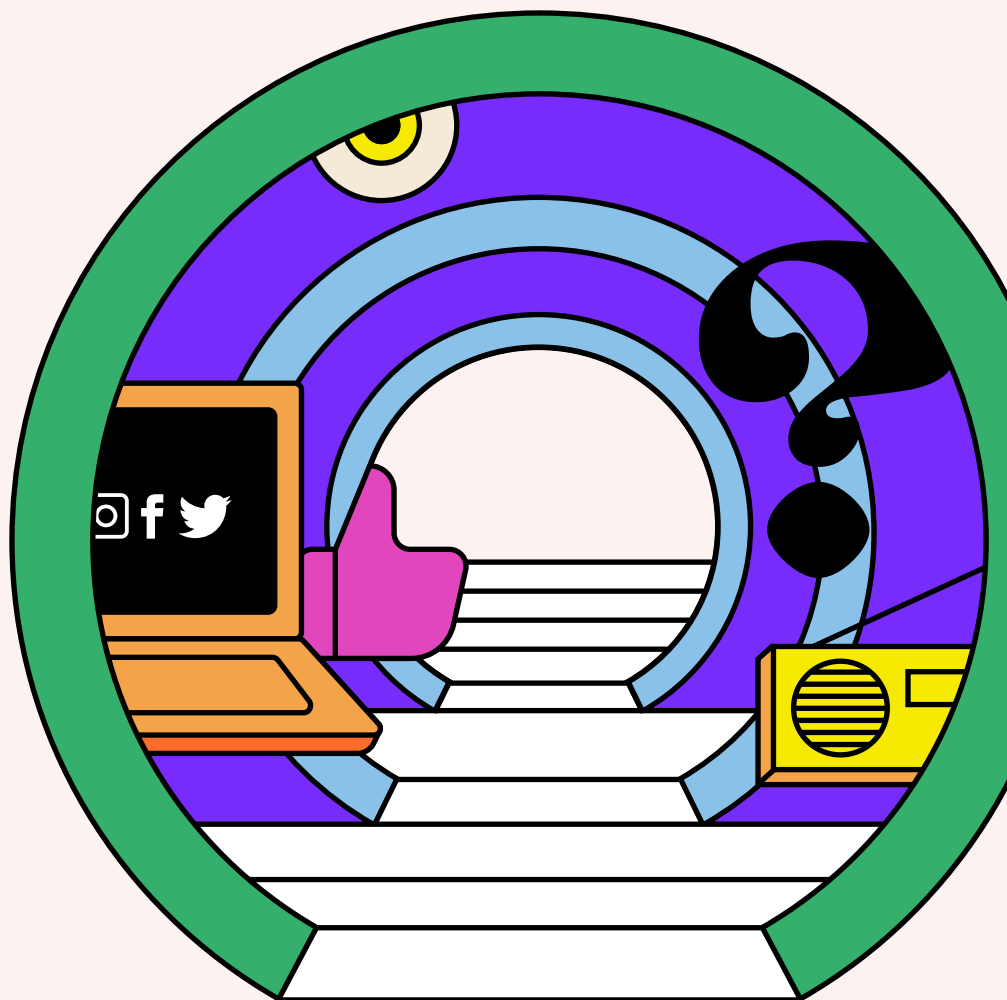
Dal 2016, la DG CNECT ha sostenuto l'implementazione del progetto pilota e azione preparatoria del Parlamento europeo "**Media Literacy for All.**" Questo ha consentito alla Commissione di erogare finanziamenti di avviamento a un'ampia gamma di progetti innovativi nel campo dell'alfabetizzazione mediatica, che coprono una serie di argomenti diversi, dai kit di strumenti educativi ai progetti di fact-checking che sfruttano il potere degli influencer nella lotta contro la disinformazione online.

Dal 2022, le attività sostenute nell'ambito di "Media Literacy for All" saranno diffuse con lo schema inter-settoriale del Programma **Creative Europe**, cui verrà allocato un budget maggiore. L'ambizione della DG CNECT è quella di costruire sulle lezioni apprese durante l'attuazione di Media Literacy for All, al fine di aumentare le attuali attività di successo attraverso i confini culturali e linguistici degli Stati Membri, continuando a cercare modi innovativi per migliorare le competenze di alfabetizzazione mediatica in Europa in una ecosfera mediatica in rapida evoluzione.

Oltre al nuovo schema di alfabetizzazione mediatica di Creative Europe, la DG CNECT sostiene il lavoro dell'**Osservatorio europeo sui media digitali** (EDMO), <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/european-digital-media-observatory> che tra i suoi obiettivi include la creazione di un archivio di strumenti e materiali di alfabetizzazione mediatica, da mettere a disposizione degli operatori di tutta Europa. Inoltre, nel corso del 2021 saranno istituiti alcuni hub regionali per sostenere le attività nazionali di alfabetizzazione mediatica sulla disinformazione.

Tutti questi organismi, programmi e iniziative sono di enorme beneficio per gli insegnanti che lavorano con il tema dell'alfabetizzazione mediatica nelle scuole e dimostrano l'attenzione data dalle istituzioni europee a una competenza così essenziale, fondamentale per potenziare la cittadinanza attiva e digitale.





CAPITOLO 2

Disinformazione e pensiero critico

In questo capitolo, abbiamo i contributi di due organizzazioni della rete Amici di eTwinning: uno di Lie Detectors, che si occupa di come affrontare la disinformazione e dotare i giovani delle competenze necessarie a distinguere il falso dal vero; il secondo della Casa di Anne Frank ed esamina il ruolo della propaganda nello sviluppo degli atteggiamenti verso i gruppi.

2.1

Scoprire le bugie nel mondo digitale

LIE DETECTORS

Juliane von Reppert-Bismarck
e Adeline Brion

Anche prima della pandemia di COVID-19, la disinformazione online stava erodendo la fiducia nei fatti e nella scienza e minacciava di soffocare il dibattito pubblico in Europa. La pandemia ha reso l'alfabetizzazione mediatica una competenza **cruciale sia per garantire la salute pubblica che per salvaguardare la democrazia.**

È facile pensare alla disinformazione come operante lungo linee di parte, cercando di farci oscillare in una direzione politica o in un'altra. Tuttavia, molto spesso vediamo che il suo intento è semplicemente **per confondere e seminare incertezza sui fatti fondamentali, sulle istituzioni pubbliche e sulle nostre stesse comunità.** Le domande rimangono: da chi, e perché, e a che scopo?

La pandemia ha generato molta nuova disinformazione, dall'idea che il COVID-19 possa essere curato mangiando aglio all'idea che sia stato progettato per distrarci mentre una tecnologia killer chiamata 5G prende il controllo del mondo. L'effetto è stato un indebolimento della fiducia nei fatti e nella scienza di base, rendendo il processo decisionale informato – e con

esso la base del processo democratico – sempre più difficile.

Un corpus di dati sempre più ampio e il lavoro stesso di Lie Detectors hanno dimostrato che i giovani cercano informazioni su questi e altri fatti del mondo **non solo attraverso i media tradizionali o negli ambienti educativi, ma anche su piattaforme online criptate e basate sulle immagini,** su chatroom e piattaforme di gaming di rado considerate dagli esperti di fact-checking, come Instagram, WhatsApp, TikTok, Twitch, YouTube e giochi come Fortnite o piattaforme come Roblox.

La stampa tradizionale e i media televisivi, nel frattempo, hanno spostato le loro notizie online. A prima vista, la veste online di un blog di giochi o di pubblicità politica può spesso essere ingannevolmente simile al giornalismo scritto in modo professionale.

Il problema non sta solo nella facilità con cui i blog o i vlogger si possono presentare come fonti autorevoli di informazioni: gli algoritmi delle piattaforme spesso ci tengono incollati ai loro schermi facendoci entrare in un **universo di informazioni personalizzate** che presenta le informazioni meno in termini di qualità o credibilità e più in funzione delle nostre preferenze. Questo significa che in una singola classe, bambini e insegnanti possono abitare universi informativi molto diversi senza

esserne consapevoli. Senza una base comune di comprensione o conoscenza, **la discussione e il dialogo sui temi di base può diventare sempre più difficile.**

Fortunatamente le classi hanno la possibilità di affrontare il problema della disinformazione. A Lie Detectors, un'organizzazione indipendente e premiata per l'alfabetizzazione mediatica, lavoriamo per dotare i giovani e gli insegnanti di strumenti per distinguere i fatti dalla falsità e dalle opinioni online. I nostri giornalisti che vi partecipano tengono sessioni di 90 minuti – faccia a faccia o, durante la pandemia, in videoconferenza – spiegando ai bambini **i rudimenti del fact-checking e della distorsione dei media**, e illustrando come funziona il lavoro giornalistico. I materiali preparatori realizzati su una serie di sfide informative guidano i bambini e gli insegnanti nell'applicazione di

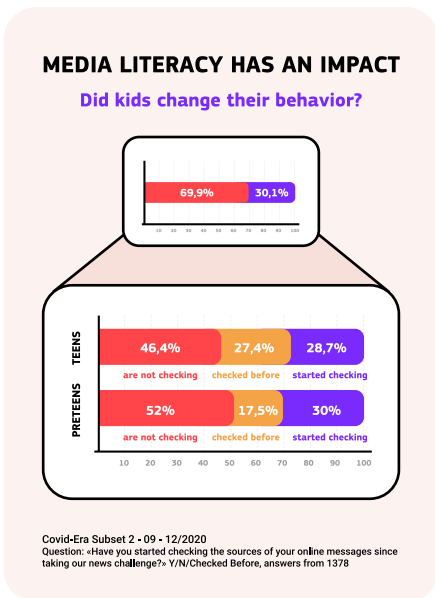
metodi investigativi giornalistici di base per controllare la veridicità dei contenuti online. Queste semplici tecniche affondano le loro radici **nel controllo delle fonti, nella verifica della distorsione determinata dal contesto e dall'esperienza personale e nelle applicazioni tecniche dei motori di ricerca.** Sempre più spesso, formiamo gli insegnanti su come integrare l'alfabetizzazione mediatica critica nelle routine di insegnamento.

Abbiamo scoperto che insegnare alfabetizzazione mediatica in classe può avere un **impatto diretto su come i bambini interagiscono con i post in cui si imbattono online.**

Come illustra il grafico, dall'inizio della pandemia si è verificato **un aumento di circa il 30% nel numero di bambini che affermano di aver cambiato il loro comportamento dopo aver lavorato a moduli sull'alfabetizzazione mediatica**, diventando più consapevoli della necessità di controllare le fonti. Il nostro lavoro ha aumentato il numero di adolescenti e preadolescenti che hanno detto di controllare le fonti.

I bambini riferiscono di essere sempre più preoccupati per **come affrontare le teorie della cospirazione e i contenuti virali online.** Allo stesso modo, il lavoro ha dimostrato che la pandemia sta agendo come un potente catalizzatore per la trasformazione digitale, portando insegnanti ed educatori a **più stretto contatto con l'esperienza online dei bambini.**

Tuttavia, mentre sono sempre più gli insegnanti che indicano



l'alfabetizzazione mediatica critica come uno strumento essenziale per muoversi nell'universo online, sono pochi quelli disposti a trattare questo tema delicato in classe. **Gli insegnanti che non stanno già trattando questo tema possono imparare a farlo.** È più facile di quanto probabilmente sembra, a patto di tenere a mente qualche principio di base.

- In primo luogo, il lavoro di alfabetizzazione in aula dovrebbe esplorare **le abitudini di fruizione delle notizie online da parte dei bambini.**

Le domande aperte sulle abitudini di raccolta delle notizie possono portare risposte molto divergenti da una classe all'altra e spesso gettano le basi di tutte le discussioni successive.

- Secondo, potrebbe essere saggio tenere **disgiunte alfabetizzazione mediatica e politica:** lo scopo non deve sempre essere quello di discutere temi sensibili o politici.

- In terzo luogo, più l'approccio è attinente alla fascia d'età, **coinvolgente e improntato al gioco,** più l'alfabetizzazione mediatica può aiutare i bambini a stimolare il loro pensiero critico online. In rete

esiste una vasta gamma di risorse, dai curricula dell'UNESCO ai siti di fact-checking e ai giochi online di alfabetizzazione mediatica.

- Infine, l'obiettivo non deve essere quello di prescrivere un elenco di fonti di notizie affidabili e vietare l'uso di altre. L'apprendimento del 21° secolo deve **dotare i bambini della capacità di valutare la credibilità di qualunque fonte.**

Se vuoi iniziare oggi stesso, consulta l'elenco di risorse – qui ne pubblichiamo solo una parte – o richiedi una visita in classe da parte di un nostro giornalista visitando il sito web di Lie Detectors. Forniamo formazione gratuita agli insegnanti attraverso la partnership con eTwinning.

In Appendice 1 trovi una lista di materiali curati da Lie Detectors: **Materiali per sviluppare l'alfabetizzazione mediatica: una selezione curata da Lie Detectors**



2.2.

Stereotipi e pregiudizio: strumenti per insegnare ai giovani la consapevolezza e l'empatia

CASA DI ANNA FRANK
Karen Polak

Viviamo in un mondo di costante esposizione a pubblicità, cicli di notizie h24 e fonti illimitate di informazione e intrattenimento online. Più che mai, abbiamo bisogno di impegnare tempo e risorse per **capire i messaggi che ci bombardano**. Dobbiamo anche distinguere tra **uso non intenzionale di un immaginario distorto e propaganda o disinformazione deliberata**.

Nell'aprile 2021 un giornale nazionale olandese di sinistra ha pubblicato una vignetta in cui un personaggio pubblico era raffigurato con immagini antisemite, che ricordavano il periodo nazista. Né il vignettista né i redattori avevano intenzioni antisemite e nessuno di loro era consapevole del pregiudizio che ritraeva: un burattinaio ebreo che controlla il mondo. Le scuse sono state profonde e sono state promesse garanzie, ma la domanda rimane: come è possibile che a tutti sia mancata la consapevolezza storica necessaria per riconoscere l'immagine?

Non sono i soli.

Nel 2017 il marchio di saponi Dove è stato accusato di razzismo per una

pubblicità su Facebook che mostrava una donna nera che si trasformava in una donna bianca. L'azienda si è scusata, ammettendo di aver "mancato il bersaglio nel rappresentare le donne di colore in modo ponderato", ma il fatto che individui e società non riescono così spesso a riconoscere la persistenza di pregiudizi e immagini offensive è una sfida che gli educatori devono affrontare quando insegnano la discriminazione. Per esempio, nei giornali e nel mondo della pubblicità compaiono spesso immagini anti-rom e anti-musulmane.

I redattori, i team di marketing, gli educatori e gli studenti spesso non hanno le conoscenze e le competenze per essere consapevoli di tali questioni, e non si prendono il tempo necessario per guardarle attentamente o rifletterci a fondo.

Capire i meccanismi della propaganda e dell'odio

La propaganda – la diffusione di informazioni per influenzare l'opinione pubblica su una questione – può essere basata su fatti, argomenti, voci, mezze verità o bugie. Anche se la propaganda può usare mezze verità o bugie, non sempre lo fa. Il termine – oggi molto in voga – "**disinformazione**" comporta il ricorso deliberato a informazioni false, presentate con lo scopo di ingannare. Viene dal russo *dezinformatzija* il nome di un ufficio che, nella Russia sovietica, si dedicava alla propaganda con lo scopo di incolpare le persone che in realtà venivano attaccate. È sempre importante insegnare agli studenti a chiedersi "Chi sta inviando questo messaggio, e perché?"

Ci sono diverse eccellenti risorse educative disponibili per **decostruire le tecniche** utilizzate sia nella propaganda che nella disinformazione: il modo in cui vengono attivate le emozioni forti, l'uso semplificato di fatti, mezze verità, opinioni e bugie; e gli attacchi agli avversari per insultarli o sminuirli. [Media Education Lab](#) offre una panoramica e una raccolta crescente di esempi contemporanei.

Ci sono, tuttavia, anche dei vantaggi nell'uso degli esempi storici, perché il passare del tempo può **evidenziare la manipolazione e stimolare la consapevolezza** su ciò che è cambiato nel corso degli anni, e su ciò che non è cambiato. Il progetto [Mind over Media](#),

condotto negli Stati Uniti dall'Holocaust Memorial Museum, offre programmi didattici che utilizzano i manifesti della propaganda nazista per analizzare i meccanismi adottati. La mostra "[Fake for Real: Una storia della Contraffazione e della Falsificazione](#)" della Casa della storia europea (2021) spiega per esempio come, in Francia, furono usati documenti contraffatti per scatenare l'antisemitismo durante l'Affare Dreyfus.

Riconoscere gli stereotipi della propaganda e dell'odio ed essere in grado di metterli in un contesto è un'operazione complessa, che richiede **pensiero critico**. Il [Project Zero](#) dell'Università di Harvard ha sviluppato diverse **routine di "pensiero visibile"** accessibili e attraenti. L'idea è che le routine rivelino il processo di apprendimento, responsabilizzando lo studente. "Cosa so?" all'inizio di una lezione è contrapposto a "Cosa so ora?" alla fine della stessa. Imparare che anche questioni complesse possono essere risolte prendendo tempo e facendo attenzione dà agli studenti un senso di realizzazione. La routine "See-Think-Wonder" (Vedere, pensare, immaginare) li aiuta a guardare più da vicino, esaminare le idee o le associazioni innescate (Cosa ne penso?) e poi considerare le domande che l'immagine solleva (Cosa immagino?). L'osservazione attenta e l'interpretazione ponderata preparano il terreno per l'indagine.

Nel [toolbox online di Stories that Move contro la discriminazione](#), il modulo "[Mastering the media](#)" usa le routine di pensiero visibile per esaminare l'immaginario razzista, sessista,

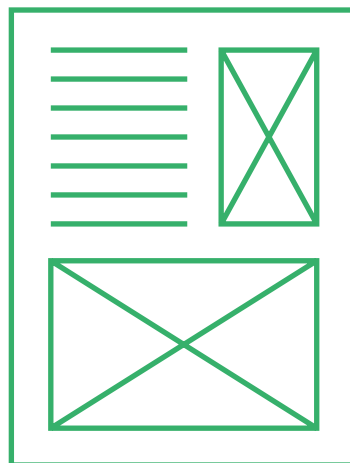
antisemita, antirom e omo- transfobico nella pubblicità e nella propaganda, aiutando gli studenti **a scavare nei diversi strati di significato e a esplorare i motivi per i quali pubblicitari o politici usano certe immagini.** È uno dei 5 percorsi di apprendimento offerti qui.

sfollati ci aiuta a pensare in maniera critica al modo in cui le persone che hanno lasciato i loro paesi d'origine sono ritratte nei messaggi semplificati.



Il messaggio di questo poster, per esempio, è che l'ombrello del nazionalismo "protegge" la famiglia da molte minacce.

È anche importante **mostrare agli studenti esempi positivi:** giornalisti ed educatori che forniscono contro-narrazioni alla propaganda dell'odio. Il massiccio arrivo di migranti in Europa nel 2015 ha scatenato un sacco di propaganda anti-rifugiati, così l'UNHCR ha elaborato un'utile guida: [Countering toxic narratives about refugees and migrants](#). Il sito web [Teaching about refugees](#) contiene animazioni che spiegano che **le parole contano**. Considerare attentamente termini come migranti, richiedenti asilo, rifugiati e



Intelligenza emotiva

Il passo successivo è capire l'**impatto della discriminazione**. Per farlo, occorre essere dotati di intelligenza emotiva, quindi occorre svilupparne gli elementi essenziali, come **riflessione su sé stessi ed empatia**, i quali possono anche essere insegnati. Capire come gli stereotipi e i pregiudizi siano utilizzati nelle campagne pubblicitarie non equivale a rendersi conto di quanto questo possa essere doloroso.

I giovani che parlano apertamente delle loro esperienze di discriminazione sono al centro del progetto [Stories that Move](#). Per esempio, un ragazzino di nome Tyrell racconta di come un compagno di classe che voleva cancellargli il colore dalla pelle con una gomma abbia aggiunto una **dimensione personale** allo spot del sapone Dove.

Gli studenti reagiscono bene anche alla storia di [Sophie Haber](#), nella Vienna degli anni Trenta.

“Una ragazza a scuola mi ha chiamata ‘maiale ebreo’. Allora le ho dato uno schiaffo. Il preside mi ha chiesto: ‘Cosa ti è preso?’ E sono davvero orgogliosa della mia risposta. Ho detto: ‘Mi ha chiamata ‘maiale ebreo’. Sono ebrea, e non me ne vergogno, ma non sono un maiale. Ed è per questo che l’ho schiaffeggiata. Per la parola maiale”. E la questione fu risolta subito.”

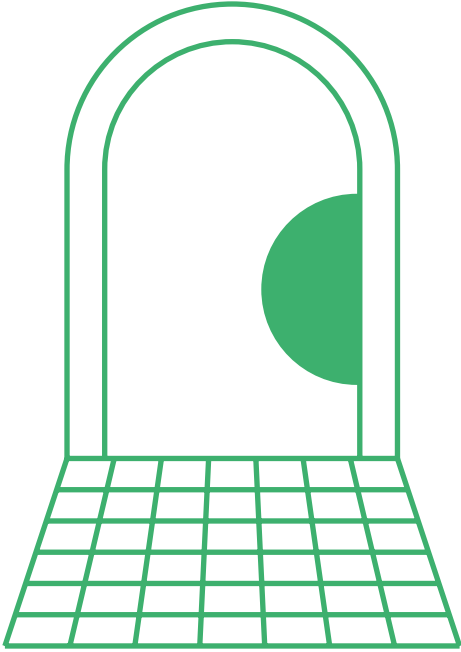
Dedicare tempo ad ascoltare storie e a discutere la provenienza di parole cattive e immagini d’odio è utile a sensibilizzare gli studenti e a indurli a **guardare più attentamente** e a **considerare il contesto (storico) e l’obiettivo dei messaggi**.

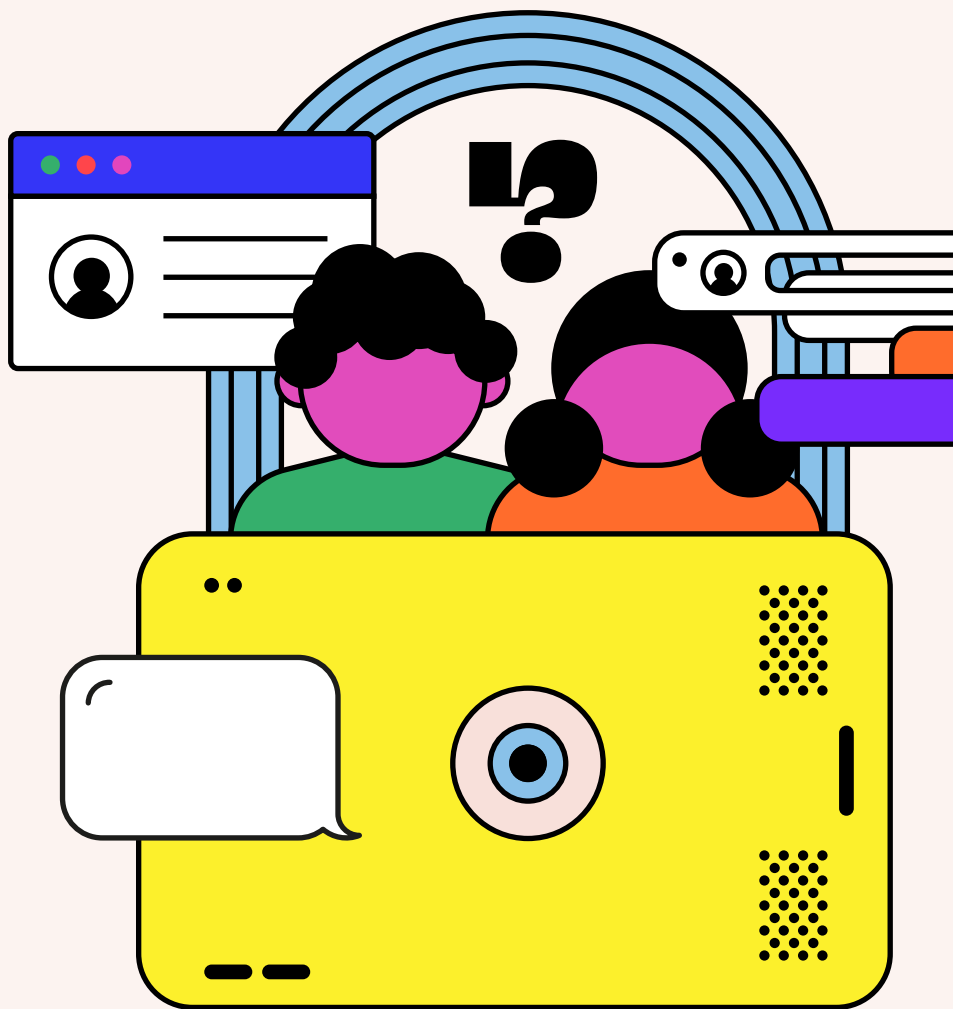
I meccanismi di base della propaganda non sono cambiati molto, nonostante il mondo di Internet sia in rapida evoluzione. Lo vediamo accadere oggi. Le teorie del complotto sul ruolo della tecnologia 5G nella diffusione del Covid hanno visto la rabbia del pubblico scatenarsi contro un nemico inventato. Possiamo tutti imparare dal passato, ma dobbiamo prenderci il tempo per **pensare in modo critico** e per acquisire le competenze che possono aiutarci a vedere in quali bolle mediatiche ci troviamo e come il clickbait può spiazzarci.

Il fatto che quest’anno eTwinning abbia eletto a tema annuale l’alfabetizzazione mediatica offre una perfetta opportunità a insegnanti e studenti di **imparare insieme – nonostante la distanza geografica – come togliere la maschera alla disinformazione e alle fake news**. Sarebbe meraviglioso vedere progetti che fanno uso di TwinSpace per sviluppare la comprensione e le competenze necessarie per raggiungere questo obiettivo.



Da Stories that Move: alcuni esempi di propaganda







CAPITOLO 3

I giovani e i media

Un altro Amico di eTwinning è la rete Better Internet for Kids.⁶

Sotto l'egida di Better Internet for Kids (BIK)⁷, è stato istituito un programma di Ambasciatori BIK Youth⁸ che dà ai giovani una piattaforma per condividere le loro esperienze ed esprimere la loro opinione su come costruire un Internet migliore. Oggi, la comunità di BIK Youth Ambassadors è composta da oltre 40 giovani, di età compresa tra i 12 e i 24 anni, provenienti da tutta Europa.

In questa sezione, condividono le loro opinioni sull'educazione all'alfabetizzazione mediatica e su come identificare e affrontare la disinformazione online.

I RACCONTI DEGLI STUDENTI

“Penso che sia una delle competenze più importanti da avere al giorno d’oggi. A scuola, nel lavoro e nella vita privata – forse anche all’asilo – l’alfabetizzazione mediatica digitale gioca un ruolo enorme. Senza di essa, Internet può essere usato, ma non in un modo sostenibile da cui si possa trarre beneficio.”

Lili, 22, Austria

“Per me è molto importante per contrastare questioni come il cyberbullismo, valutare i dati che vedo online e in generale per navigare in Internet in modo corretto.”

Piero, 12, Francia

1 Cosa significa per te “Alfabetizzazione mediatica digitale” e che impatto ha su di te?

“Per me, significa poter navigare in Internet con sicurezza. Capire cosa stiamo dando e ciò che stiamo ricevendo ogni volta che siamo online.”

Eiman, 18, Irlanda

6 Durante la pandemia, attraverso la rete europea dei Safer Internet Centres, sono state prodotte tante risorse nelle diverse lingue nazionali per affrontare questioni come l’allarmismo e l’infodemia, così come le strategie per il controllo dei fatti delle informazioni online. Ulteriori risorse che coprono altri aspetti dell’alfabetizzazione mediatica e della sicurezza online possono essere trovate anche sul portale di Better Internet for Kids: betterinternetforkids.eu.

7 Con la Connecting Europe Facility (CEF), EUN Partnership AISBL (da qui in poi: European Schoolnet) sta sviluppando e mantenendo – per conto della Commissione europea – una piattaforma di servizi di base di Better Internet for Kids (BIK) per condividere risorse, servizi e pratiche tra i fornitori nazionali dei servizi – i centri europei per un Internet più sicuro (SIC) – e per fornire servizi ai loro utenti, compresi quelli commerciali. Maggiori informazioni su: www.betterinternetforkids.eu

8 www.bikyouth.eu/

“Per me, alfabetizzazione digitale significa in particolare sviluppare le competenze per orientarsi nel mondo digitale. Con questo intendo il saper trovare rapidamente e in modo specifico le fonti adatte, capire come interpretarle correttamente e poi diffondere i risultati attraverso canali online adeguati. L’alfabetizzazione digitale di insegnanti e studenti deve quindi essere promossa fin dall’inizio. I progressi nell’e-learning, poi, dovrebbero essere mantenuti anche dopo il COVID-19. Per me, l’alfabetizzazione digitale significa anche che, crescendo, voglio – o almeno dovrei – comprendere almeno i fondamenti di argomenti profondi nel campo della digitalizzazione. Questo include, per esempio, temi come gli standard digitali, la sovranità digitale, gli spazi di dati, la regolamentazione delle piattaforme e il funzionamento e l’uso dei flussi di dati. Soprattutto, l’area dell’alfabetizzazione dei dati si sta spostando sempre più al centro dell’attenzione anche per me personalmente. Purtroppo, molte persone non sono a conoscenza dei regolamenti che dovrebbero andare a nostro vantaggio.”

Kathrin, 24, Germania

2 **A quali tipi di strumenti di comunicazione offline ti dedichi (per esempio, lettura di libri o giornali stampati)?**

“È difficile rinunciare alla sensazione di sfogliare le pagine di un libro di carta, quindi ce n’è sempre uno sul mio comodino. Mi piace anche aprire casualmente un giornale cartaceo nel mio bar di quartiere. Perché? Mi fa risparmiare la batteria e sono sicuro che l’informazione è già curata e non personalizzata. In modo parziale.”

João Pedro, 24, Portogallo

“Mentre i media digitali sono diventati uno strumento di comunicazione molto potente, gli strumenti tradizionali offline sono ancora popolari al di fuori del mondo di Internet. Personalmente mi interessano ancora dei volantini che vengono distribuiti per strada, della radio, ma soprattutto degli eventi dal vivo, dove si socializza con altre persone e ci si istruisce a vicenda attraverso la conversazione.”

Violeta, 17, Grecia

“Personalmente, durante lo scorso anno, ho capito quanto sia importante prendersi un po’ di pausa dai social media, dalle notizie online e persino dalle piattaforme legate alla scuola. Mi sono ritrovata a leggere di più e mi è piaciuto molto. Oltre a vari romanzi interessanti, ho riscoperto il lato più pratico/educativo della letteratura con i libri dedicati alla cucina durante il lockdown e riviste più interattive con sfide divertenti.”

Joana, 16, Portogallo

"Di solito trovo le notizie online attraverso la ricerca di articoli su Twitter o semplicemente imbattendomi in un titolo mentre sono su Google. Tuttavia, prima di dare credibilità a qualsiasi fonte, controllo sempre se proviene da un sito di notizie relativamente noto (ad esempio BBC News). Altri criteri importanti per determinare quale fonte sia la più affidabile da leggere sono l'accuratezza dell'ortografia e della grammatica, e il controllo di altri articoli simili per vedere se le dichiarazioni e i fatti corrispondono."

Jess, 14, Regno Unito

"Seguo principalmente i media e i siti d'informazione di Stato. Ascolto anche podcast di giornalisti di cui mi fido grazie al lavoro che hanno svolto in precedenza. Se sono particolarmente interessata a un argomento o voglio approfondire, di solito faccio una ricerca su Ecosia. Seleziono i risultati in base all'esperienza. Spesso si tratta di siti di giornali che hanno una certa reputazione. Se un sito sembra un po' strano o unidimensionale nel suo contenuto, lo ricerco di nuovo per scoprire chi c'è dietro. Un buon esempio di questo è il sito di notizie Rubikon: gli articoli sembrano indipendenti, ma in realtà c'è dietro solo una persona, che riporta il punto di vista della destra."

Kathrin, 24, Germania

3 **Come trovi le notizie online? Quali criteri sono importanti per te quando navighi in Rete e cerchi informazioni?**

"Sfoglio il sito di notizie del mio telefono e leggo i giornali online a cui sono abbonata. Mi piace controllare due volte se il sito su cui si trova la notizia è affidabile o se contiene molte fake news. Penso che sia importante anche che le notizie abbiano un punto di vista neutrale sull'argomento, o almeno che non trattino con prepotenza gli altri punti di vista."

Frida, 17, Finlandia

"Di solito, il che è tipico degli studenti, si prende il primo link che compare nei risultati di ricerca. Io, però, non uso le pagine contrassegnate come non sicure, perché i miei dati potrebbero essere inoltrati a terze parti."

Manahil, 16, Germania

"Avevamo un compito da consegnare che rappresentava il 50% del voto complessivo dell'esame. Io avevo cercato notizie sugli incidenti che stavano accadendo a causa del clima e ho trovato un articolo falso, che però pensavo fosse vero. A causa di questo non ho passato l'esame, perché il sito è andato offline ed era troppo tardi per me per organizzare il mio lavoro."

Slenia, 16, Malta

4 Qual è la tua esperienza con la disinformazione?

"Sono autistica, e la disinformazione può cambiare la percezione che la gente ha di me, e l'ha fatto. Per esempio, quando ho detto ai miei compagni di classe che ero autistica, hanno iniziato a parlarmi più lentamente a causa della disinformazione."

Sunna, 18, Islanda

"Lo scorso anno è stato illuminante per quanto riguarda l'importanza degli strumenti di comunicazione e delle fonti di buona informazione. La maggior parte delle esperienze che ho avuto con la disinformazione sono legate alla pandemia: fake news sul virus, sintomi, test, trattamenti, vaccini e restrizioni. Un sacco di materiale nuovo è stato creato in un periodo di tempo molto breve, quindi, accanto a informazioni affidabili ed essenziali, c'è stata disinformazione e anche una diffusione inappropriata e allarmistica di storie vere. Ora nel mio paese posso già vedere un miglioramento, non solo nei creatori e gestori di contenuti, ma anche nella capacità del pubblico di trattare tali dati (sospettare; non condividere, in caso di dubbio; e segnalare, se si è certi dell'inesattezza)".

Joana, 16, Portogallo

"Non mi sono mai sentito direttamente colpito dalla disinformazione dolosa. So, tuttavia, quanto sia facile cascarci. Recentemente, il governo del mio paese ha creato un poster di propaganda in cui confrontava una metrica nazionale con la media europea. Con la scala utilizzata, che deliberatamente non partiva dall'origine zero dell'asse, sembrava che la performance nazionale superasse di molto quella europea, quando in realtà era di poco superiore."

João Pedro, 24, Portogallo

"Nel mio ambiente, noto con quanta rapidità si formano le opinioni sulla base della disinformazione e con quanta cocciutaggine queste idee vengano poi difese. Penso sia essenziale sapere come fruire consapevolmente dei contenuti su Internet, e soprattutto sia essenziale esercitare il buon senso e il pensiero indipendente."

Lili, 22, Austria

5 Perché è importante insegnare alfabetizzazione mediatica digitale a scuola?

"La disinformazione si trova sia offline che online. Penso sia giusto dire che ogni persona è incappata in qualche tipo di fake news nella sua vita, ecco perché credo sia importante imparare a filtrare tutte le informazioni che incontriamo e non accettare ciecamente tutte quelle che ci vengono date."

Violeta, 17, Grecia

"I bambini devono imparare che i media possono essere falsi e facilmente manipolati; devono sapere come i media giocano con le parole per dare le notizie e devono anche imparare come funziona l'industria dei media. È necessario che si rendano conto che, anche attraverso il montaggio, le immagini possono essere manipolate. Inoltre, gli studenti devono conoscere gli strumenti che possono essere usati per diffondere le informazioni (script e immagini) e devono imparare che i media stabiliscono l'ordine del giorno e portano gli utenti a concentrarsi su ciò che i proprietari dei media vogliono e non su ciò che il pubblico effettivamente vuole. Inoltre, gli studenti devono rendersi conto che ciò che viene caricato sui media digitali online diventa disponibile a livello globale e non è più privato. Quindi è importante riflettere prima di pubblicare e ricordare che l'alfabetizzazione mediatica digitale è la chiave per capire i messaggi che ci circondano."

Yevgeny, 15, Malta

"Io e il resto della mia generazione affrontiamo la disinformazione ogni giorno, sui social media, nei notiziari e in TV. Possiamo esserne molto influenzati e avere un'impressione sbagliata di quello che succede nel mondo. Perciò è molto importante che impariamo fin da piccoli come individuare la disinformazione, sapere come affrontarla e imparare quali fonti sono sicure."

Solveig Emilie, 15, Norvegia

"Penso che sia come insegnare ai bambini come attraversare la strada. Prima o poi, dovranno farlo da soli, quindi è meglio che ne siano in grado. Lo stesso vale per il modo in cui fruimo (e produciamo) informazioni attraverso i media. Si tratta di qualcosa di intrinsecamente rilevante su base quotidiana, e le scuole sono il posto migliore in cui insegnare le giuste competenze."

João Pedro, 24, Portogallo

"È presto detto: perché gli studenti sono i maggiori fruitori delle piattaforme online. Avere giovani informati e competenti è un passo avanti enorme nella battaglia contro la creazione e la diffusione della disinformazione. Personalmente, però, penso che questa domanda debba essere ampliata. La disinformazione ha una forte influenza anche su diversi altri utenti della Rete (famiglie, amici, insegnanti...), quindi insegnare l'alfabetizzazione mediatica digitale a scuola trasforma gli studenti in messengeri nella loro esperienza quotidiana intra- e inter-generazionale e nello scambio di informazioni."

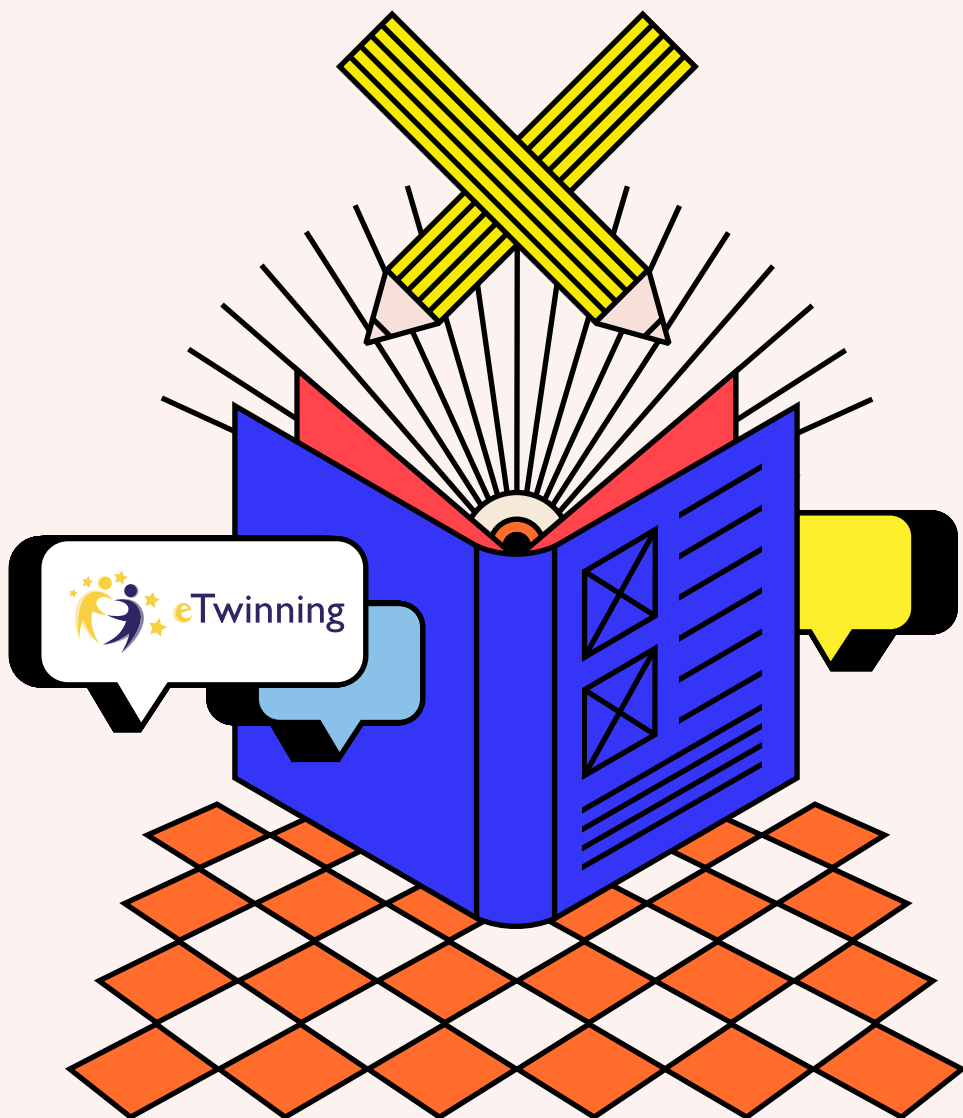
Joana, 16, Portogallo

"Perché altrimenti i giovani non pongono abbastanza attenzione al loro comportamento online, e questo può diventare molto pericoloso!"

Jana, 17, Germania

"Fin da piccoli, è importante saper essere critici quando si entra in contatto con i media digitali, se ci si può fidare o meno. Insegnare l'alfabetizzazione mediatica digitale nelle scuole aiuta i bambini e i giovani a essere consapevoli di questo e del mondo online in generale. Ti dà gli strumenti per creare i tuoi contenuti e per fruire di quelli degli altri."

Frida, 17, Finlandia



CAPITOLO 4

Alfabetizzazione mediatica in eTwinning attraverso il lavoro sui progetti

In questo capitolo diamo la parola agli insegnanti eTwinning che, con i loro progetti di collaborazione, hanno accettato la sfida di sviluppare le competenze di discernimento nei loro studenti in tutte le aree dell'alfabetizzazione mediatica.

Le descrizioni dei progetti sono organizzate per fascia d'età e coprono un'ampia gamma di approcci a questo tema.

4.1 Età 0-6



ALPHA

CHILD BROADCAST TIME

LOOK AT LIFE SAFE AND CAREFULLY

SAFE MEDIA SAFE KIDS

ETWINNING KIDS TV

4.2 Età 7-11



NORTH EAST WEST SOUTH = N.E.W.S.!

YOUNG JOURNALISTS OF TODAY – RESPONSIBLE DIGITAL CITIZENS OF TOMORROW

24 HOURS – 24 STUNDEN

ALL ABOUT DIGITAL

ENJOYING CODING

4.3 Età 12-16



LITERATE-TWINNERS

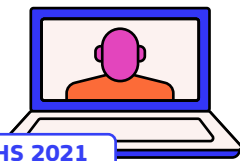
FAKETASTIC

INFLUENCED

ART AUTOGRAPHS 2021

WEBA (WEB-ACADEMY)

4.4 Età 12-16



COVERING COVID -19 THROUGH DIGITAL MEDIA LITERACY

ART AUTOGRAPHS 2021

DIGITAL BRIDGE!

MONO-LOGOS

SOCIAL MEDIA CULTURAL DEGENERATION

4.5 Istruzione e formazione professionale

FIND THE TRUTH IN THE VIRTUAL WORLD

YOUNG EUROPEAN ENTREPRENEURS (YEE)

LINGUAGGIO, MEDIA E CULTURA



4.1

ETÀ 0-6

ALPHA

Questo progetto è nato dagli effetti della pandemia. I bambini in età prescolare hanno acquisito competenze nella tecnologia e nell'alfabetizzazione mediatica, mentre gli insegnanti hanno continuato il processo di educazione a distanza nel modo più efficiente.

Obiettivi:

Il progetto Alpha mirava a un'educazione online più efficiente. Ai bambini è stato spiegato l'uso sicuro di Internet, il cyberbullismo, l'alfabetizzazione mediatica e l'uso corretto degli strumenti Web 2.0 come LearningApps, Wordart o Jigsawplanet, mentre gli insegnanti hanno anche migliorato la loro competenza nella tecnologia. Gli obiettivi principali di questo progetto erano di aiutare i bambini a diventare consapevoli dell'uso sicuro di Internet e iniziare a imparare le basi dell'alfabetizzazione mediatica. In questo modo sono stati introdotti nell'era digitale attraverso il riconoscimento degli strumenti Web 2.0, la scoperta dei loro talenti di bambini di oggi (chiamati anche bambini Alpha) e l'esperienza di un efficiente processo di educazione a distanza durante la pandemia COVID-19.

Attività:

Durante il progetto, gli insegnanti hanno prima organizzato un seminario per loro stessi con un esperto sul tema dell'alfabetizzazione mediatica e della disinformazione. Hanno anche sviluppato fogli informativi per i genitori sull'argomento e i bambini sono stati divisi in squadre multinazionali per lavorare su molte attività come la progettazione di poster sull'alfabetizzazione mediatica e la disinformazione, una selezione dei quali può essere vista qui: <https://youtu.be/kbxf29O28vg> Gli insegnanti hanno anche sviluppato un semplice gioco in Kahoot dove i bambini dovevano stabilire se le affermazioni sulle fotografie fossero vere o false, in modo che potessero imparare a distinguere tra vero e falso.

Impatto:

È stato sviluppato un catalogo di giochi educativi online con diversi collegamenti a strumenti Web 2.0. Alla fine del progetto, i risultati hanno mostrato che i bambini usano Internet in modo più consapevole e ricevono un'educazione digitale conforme alle esigenze della loro età.

Paesi:

Polonia, Italia, Bulgaria, Serbia, Turchia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/139565/home>

Strumenti:

Zoom, Adobe Connect, Wizer.me, Mentimeter, Wordart, igloo.games, Chatterpix, Bitmoji, Avatarmaker, Wordwall, Jigsawplanet, Cram, Canva, Google Forms, Kizoa, Padlet, Nearpod, Google slides, Storyjumper, Bookcreator, Genially, Emaze, blogger.com, Tripline, WhatsApp, YouTube, Facebook

CHILD BROADCAST TIME

Child Broadcast Time è un progetto per quei bambini colpiti dall'esposizione ai programmi televisivi durante la pandemia. In questo periodo, infatti, i bambini sono rimasti a casa troppo a lungo e hanno risentito delle influenze negative dei programmi televisivi molto più degli adulti. I bambini di solito non conoscono i contenuti dei programmi televisivi e non sanno quali sono appropriati per loro. Questo progetto si concentra sulla consapevolezza dell'alfabetizzazione mediatica, sulla produzione di contenuti mediatici e sull'uso efficace della tecnologia nel fare questo.

Obiettivi:

Lo scopo del progetto era di permettere ai bambini di capire le basi della Alfabetizzazione mediatica, in particolare in relazione ai programmi televisivi che amano guardare. Hanno imparato a capire se un programma televisivo è adatto a loro oppure no, e hanno acquisito una maggiore consapevolezza sui vari strumenti mediatici e sullo scopo per cui vengono usati. Integrando l'attuale alfabetizzazione mediatica nell'educazione tradizionale, i bambini hanno anche sviluppato le loro abilità sociali. In questo modo hanno acquisito la consapevolezza dei social media, dei loro canali e dei contenuti già in tenera età.

Attività:

Le attività del progetto includevano la conoscenza degli altri partecipanti, la realizzazione di una rappresentazione della scuola, della città e della regione, la creazione di un logo del progetto, incontri online, valutazione e diffusione del progetto. Essenzialmente i bambini hanno imparato come funziona la trasmissione televisiva. Hanno imparato a riconoscere i segni relativi ai programmi televisivi che ne indicano l'idoneità per le diverse fasce d'età. Con questi segni hanno creato puzzle, quiz, ecc. per i loro partner. Hanno "prodotto" un programma di cucina da trasmettere ai loro partner: <https://youtu.be/AKv9uikLWg> Hanno studiato inoltre quali musiche sono adatte ai programmi TV per la loro età e hanno prodotto una loro storia musicale, facendo quindi una prima esperienza con gli strumenti musicali.

Impatto:

Gli studenti sono riusciti ad adattare le esperienze alla loro vita quotidiana lavorando in modo collaborativo durante il progetto. L'e-book pubblicato con le risposte dei genitori dopo il progetto ci illustra uno sviluppo nella selettività mostrata dai bambini nella scelta dei programmi televisivi da guardare: <https://www.ourboox.com/books/cocuk-yayin-zamani-etwinning-projesi-veli-proje-degerlendirme-anketi-childrens-broadcast-time-etwinning-project-parent-project-evaluation-survey/>

Paesi:

Turchia, Polonia, Lituania, Romania, Malta, Italia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/141342/homeMalta, Italy>

Strumenti:

Google Music Lab, TonnyTool

LOOK AT LIFE SAFE AND CAREFULLY

Questo progetto ha affrontato la questione della dipendenza da schermo, uno dei maggiori problemi per gli studenti. Gli studi hanno dimostrato che la dipendenza dallo schermo causa disturbi agli occhi e sintomi autistici, diminuzione dell'attenzione e delle capacità di espressione fin dalla tenera età. Per questo motivo, è necessario sostenere l'uso della tecnologia e le competenze del 21° secolo al livello richiesto riducendo la dipendenza dallo schermo dei bambini.

Obiettivi:

Questo progetto ha coinvolto insegnanti, genitori e studenti con l'obiettivo principale di sensibilizzare tutti questi gruppi sulla sicurezza in Internet, i contenuti utili, la dipendenza dalla tecnologia e l'alfabetizzazione mediatica.

Tra gli obiettivi del progetto:

- Incoraggiare i bambini a potenziare le proprie competenze di ascolto, comprensione e interpretazione, e a migliorare l'alfabetizzazione mediatica.
- Migliorare le competenze linguistiche dei bambini e ridurre la loro esposizione agli schermi.
- Incrementare la consapevolezza dei partecipanti in merito ai temi dell'Internet sicuro.

Attività:

I partecipanti sono stati coinvolti in attività basate su metodi come discussioni, apprendimento collaborativo e apprendimento tra pari. Sono state tenute sessioni educative per bambini e genitori su contenuti Internet sicuri, sull'uso consapevole della tecnologia e su questioni stabilite dai partner. Durante il progetto, gli studenti hanno lavorato ad attività basate sulle loro differenze individuali, sotto la guida dell'insegnante mentore.

La cosa più interessante di questo progetto sono state le ampie sessioni di formazione organizzate da educatori esperti per gli insegnanti, i genitori e i bambini partecipanti. In totale, sono stati coinvolti 13 insegnanti partner, 128 genitori e 128 bambini; un numero ancora maggiore di genitori e insegnanti è stato raggiunto, oltre al team del progetto, grazie ai lavori di divulgazione svolti tramite video-conferenza. Le sessioni di formazione hanno incluso argomenti come l'essere un bambino nel mondo digitale, l'alfabetizzazione mediatica per i bambini piccoli e l'uso della tecnologia con i bambini in età prescolare.

I bambini hanno creato una canzone rap sui giochi e sui temi appresi durante il progetto. La canzone è stata scritta con l'aiuto delle famiglie. È stato inoltre utilizzato lo strumento Emaze per allestire una mostra virtuale, con le rappresentazioni di tutto il lavoro dei bambini durante il progetto.

Impatto:

I genitori hanno apprezzato in particolare il messaggio principale: a volte non ci si può fidare dei media e giocare ai giochi tradizionali con gli amici e la famiglia può essere più divertente. Gli insegnanti hanno riferito che i bambini sono diventati consapevoli del fatto che non tutto su Internet è affidabile e che il gioco creativo può avvenire sia offline che online.

Paesi:

Turchia, Azerbaijan, Giordania

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/147217/home>

Strumenti:

Canva, Mozaically, Postermywall, Viva video, Inshot, Piccolage, Kizoa, Padlet, Thinglink, Bitmoji, Chatterpix, Renderforest, Scoompa, Pixiz, Photocollage, Logomaker

SAFE MEDIA SAFE KIDS

In questo progetto, i bambini hanno mosso il primo passo nell'alfabetizzazione mediatica, acquisendo consapevolezza sull'uso sicuro dei media.

Obiettivi:

La scuola dell'infanzia è un periodo critico per l'apprendimento, e i bambini sono vulnerabili e più colpiti dall'impatto negativo di tutti i media, da cui devono essere protetti. Inoltre, è importante assicurare un'interazione consapevole tra bambini e tecnologia, dato che i media hanno guadagnato un posto maggiore nella vita quotidiana attraverso Internet.

Attività:

I bambini hanno mosso il primo passo nell'alfabetizzazione mediatica progettando cartelli intelligenti specifici per il progetto, scrivendo una canzone originale per il progetto, creando uno spot pubblico sull'alfabetizzazione mediatica nella prima infanzia e coinvolgendo le famiglie con diverse attività.

Anche la Radio di Stato turca e il Consiglio supremo della televisione hanno collaborato a questo progetto, preparando documenti e avvalendosi dei loro esperti di alfabetizzazione mediatica. In ogni scuola i bambini hanno creato i loro centri di alfabetizzazione mediatica e, verso la fine del progetto, hanno anche organizzato un festival dell'alfabetizzazione mediatica. Hanno imparato come realizzare un gioco digitale e come usare un microfono con diversi effetti su piattaforme come Zoom. Hanno anche imparato a falsificare le fotografie e hanno giocato a individuare i falsi. I risultati del progetto sono riassunti in un e-book: <https://online.fliphtml5.com/qwzaz/ujpg>.

Impatto:

Il progetto ha stimolato gli alunni a sviluppare una consapevolezza sugli effetti negativi della sovraesposizione ai media, dell'inquinamento informativo orientato al consumo e dell'esposizione a stimoli intensi, continui ed eccessivi. Attraverso le varie attività del progetto, i partecipanti hanno modificato il loro comportamento, sono diventati più consapevoli e riflessivi sulle loro azioni online. Inoltre, la maggiore consapevolezza dei genitori e degli insegnanti in termini di alfabetizzazione mediatica e uso sicuro dei media ha aiutato i bambini a mostrare nei diversi ambienti le conoscenze e i comportamenti appresi.

Paesi:

Turchia, Azerbaïjan, Romania, Polonia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/152628/home>

Strumenti:

Lavagne interattive, computer e strumenti Web 2.0

ETWINNING KIDS TV

eTwinning Kids TV è un progetto internazionale pensato per i bambini in età prescolare. Oggi, quasi tutti i bambini usano i media e la tecnologia, e le famiglie non hanno abbastanza informazioni sul loro uso corretto.

Obiettivi:

È noto che i media hanno effetti sullo sviluppo cognitivo, sociale e psicomotorio dei bambini, che oggi ne fanno un largo uso soprattutto per quanto riguarda la televisione, che resta uno dei media preferiti dai più piccoli. Informare e sensibilizzare i genitori e i bambini in età prescolare sull'alfabetizzazione mediatica contribuisce allo sviluppo cognitivo e sociale dei più piccoli.

Questo progetto mirava a sensibilizzare i bambini, i genitori e gli insegnanti sull'alfabetizzazione mediatica e a renderli più consapevoli quando usano la televisione, che è ancora il mezzo di comunicazione preferito.

Le attività avevano lo scopo di informare le famiglie e anche gli alunni sull'alfabetizzazione mediatica, sensibilizzarli e guidarli a creare programmi televisivi sicuri per i loro coetanei.

Il progetto mirava anche ad aumentare la conoscenza dei piccoli sull'alfabetizzazione mediatica al fine di sviluppare il loro senso di responsabilità e sensibilizzarli sulle somiglianze e le differenze tra le culture.

Attività:

Tra le attività del progetto sviluppate dagli insegnanti c'è stata la costruzione di un finto studio televisivo. Dopo una discussione con gli alunni e i loro genitori, i bambini hanno aiutato a preparare studi televisivi e materiali come microfoni, telecamere, TV, telecomandi, ecc. con materiali di scarto (sono eco-scuole). Hanno poi sviluppato programmi televisivi includendo materiali su sport, musica o cartoni animati. I bambini hanno poi parlato dei loro cartoni animati preferiti e scoperto quali erano i più popolari nel loro paese e perché. In squadre transnazionali si sono preparati a realizzare la propria versione dei loro cartoni animati preferiti. Hanno imparato a conoscere i segnali di avvertimento sui cartoni animati, come il segnale di "include violenza" e hanno prodotto un video di un minuto in cui hanno parlato del loro cartone animato preferito. I risultati dell'intero progetto sono visibili qui: <https://etwinningkidstv.weebly.com/>.

Impatto:

Alla fine del progetto, i genitori e i bambini hanno sviluppato una maggiore consapevolezza sui contenuti trasmessi alla televisione e hanno dimostrato maggiore attenzione verso ciò che è materiale adatto e ciò che è da evitare. Gli insegnanti hanno riferito che i bambini e i genitori hanno acquisito consapevolezza dell'alfabetizzazione mediatica e sono diventati più selettivi riguardo ai segnali di avvertimento, agli orari di visione della TV e ai programmi.

Paesi:

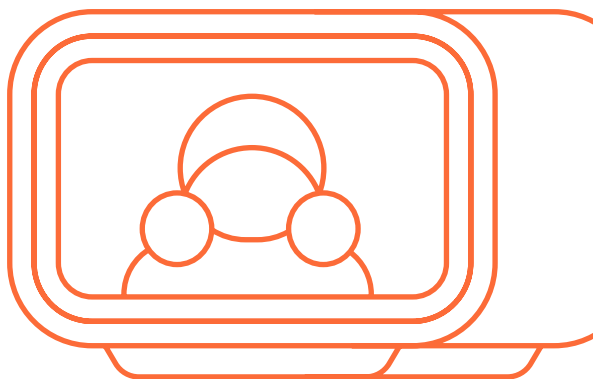
Turchia, Spagna, Serbia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/99196>

Strumenti:

Google Music Lab, Little Chef, LearningApps, Jigsawplanet





4.2

ETÀ 7-11

NORTH EAST WEST SOUTH = N.E.W.S.!

In questo progetto, gli studenti sono stati giornalisti, redattori e fotografi, e hanno lavorato insieme in squadre nazionali e internazionali per creare una rivista internazionale e per esplorare il mondo delle notizie.

Obiettivi:

Lo scopo di questo progetto era quello di sensibilizzare gli studenti sulla realizzazione di un giornale o di una rivista, sulle regole da seguire nella ricerca di materiali sul web e a cosa prestare attenzione quando si cercano informazioni valide.

Attività:

Il progetto ha seguito una serie di passaggi scrupolosamente organizzati:

- 1) Prima di iniziare le attività, gli studenti hanno incontrato un giornalista professionista e, sotto la sua guida, hanno collaborato in squadre internazionali per creare tre numeri di una rivista online. Alcuni articoli sono stati pubblicati in un giornale locale delle città partner.
- 2) Dopo aver scritto ciascun numero, gli studenti hanno intervistato i giovani giornalisti di una scuola partner per approfondire la loro conoscenza dei contenuti trattati dai partner nei loro articoli.
- 3) In occasione del Safer Internet Day 2021, i partner hanno organizzato un evento su eTwinning live. Agli studenti è stata presentata la nozione di fake news e hanno capito la differenza tra notizie vere e notizie false e come individuare la disinformazione. Hanno prodotto i loro articoli di fake news che possono essere visti qui: <https://wakelet.com/i/invite?code=735e7b6>
- 4) Al termine del progetto, sono stati scelti gli articoli migliori, che poi sono stati inseriti in un video clip. Infine, gli articoli migliori sono stati pubblicati su un giornale locale nelle città dei partner.

Un'attività molto interessante è stata "Intervista col reporter", nella quale gli studenti hanno potuto porre domande per soddisfare la loro curiosità sugli articoli dei partner. Il risultato finale del progetto è stato un giornale online internazionale con 30 articoli di 30 partner.

Impatto:

Gli studenti hanno preso coscienza dell'enorme lavoro necessario per creare i numeri della rivista e dell'importanza di fornire notizie valide e fondate, evitando la disinformazione o contenuti culturalmente distorti.

Paesi:

Albania, Croazia, Francia, Grecia, Italia, Polonia, Portogallo, Repubblica di Moldavia, Romania, Spagna, Turchia, Ucraina

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/114711/home>

Strumenti:

Symbaloo

**GIOVANI GIORNALISTI DI OGGI –
CITTADINI DIGITALI RESPONSABILI DI DOMANI**

Questo progetto interdisciplinare è stato creato per incoraggiare il pensiero critico degli studenti e prepararli ad essere cittadini digitali responsabili.

Sono stati affrontati e analizzati argomenti come contenuti banali, stereotipi e informazioni di bassa qualità.

Obiettivi:

Questo progetto interdisciplinare mirava a incoraggiare il pensiero critico degli studenti e a prepararli a essere cittadini digitali responsabili. Il principio di base è la convinzione condivisa che, in quanto insegnanti, non dovremmo limitarci a guardare i nostri studenti passare il tempo sui loro smartphone, a consumare contenuti molto spesso banali su YouTube. Questi contenuti sono anche pieni di stereotipi, soprattutto verso le apparenze "accettabili", hanno bassi standard di produzione e livelli estetici, e il linguaggio che viene usato dagli YouTubers non è conforme agli standard letterari. L'obiettivo era quello di affrontare tutto questo durante il lavoro. Inizialmente ci si è basati su un progetto Erasmus+ KA229, che riunisce scuole di Croazia, Macedonia del Nord, Serbia, Romania e Spagna, e poi si è ampliato includendo altri partner eTwinning da Italia, Irlanda, Cipro e Turchia.

Attività:

In preparazione al progetto, alcuni degli insegnanti hanno partecipato a una formazione online sull'alfabetizzazione mediatica e il giornalismo. I materiali e gli approcci appresi durante questo corso hanno costituito la base delle attività del progetto. Durante il lavoro, gli studenti hanno imparato a scrivere articoli in diversi

stili giornalistici. Hanno poi pubblicato e scambiato articoli relativi ad argomenti come notizie locali, risultati degli studenti, educazione civica e ai media. Utilizzando incontri virtuali e workshop, gli studenti hanno acquisito le competenze di base necessarie per progettare e scrivere per un giornale, compresa l'etica giornalistica. Dopo questa formazione introduttiva, gli studenti hanno suggerito possibili argomenti per gli articoli e hanno iniziato a redigere articoli, con l'aiuto dei mentori. Alla fine del progetto gli studenti hanno votato i migliori articoli che sono stati inclusi in un e-book: <https://shared.kotobee.com/#/book/22220>

Impact:

Attraverso la creazione attiva di contenuti mediatici (come un e-book o più di 70 articoli) e la lettura dei testi degli studenti, i ragazzi sono diventati consapevoli della differenza tra contenuti mediatici manipolativi e contenuti creati a scopo di informazione, educazione e intrattenimento. Hanno anche aumentato le loro competenze digitali e la capacità di collaborare e hanno sviluppato un interesse per la cittadinanza digitale attiva. La partecipazione al progetto ha anche sviluppato le loro competenze interculturali e li ha incoraggiati ad essere aperti, empatici e disponibili verso culture diverse..

Paesi:

Macedonia del Nord, Croazia, Serbia, Romania, Spagna, Italia, Irlanda, Cipro e Turchia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/100169/home>

Strumenti:

WordPress, Weebly, Google Sites, Zoom, Skype

24 HOURS – 24 STUNDEN

Questo progetto ha affrontato in vari modi l'uso dei media da parte degli studenti, la loro interazione con altri coetanei e la netiquette.

Durante questo progetto, gli studenti hanno affrontato varie sfide e hanno riferito quanto fosse difficile per loro stare senza un telefono cellulare.

Obiettivi:

Il progetto mirava a dare ai giovani l'opportunità di riflettere in modo creativo e critico sul loro mondo fortemente digitale, diventato più dominante nelle loro vite a causa della pandemia. In particolare, l'idea era di farli riflettere su quanto dipendono dall'uso dei loro telefoni cellulari.

Il tema del 68° concorso europeo "Digital EU - and YOU?!" ha dato ai bambini e ai giovani l'opportunità di riflettere in modo creativo e critico sul loro mondo prevalentemente digitale.

Attività:

Durante il progetto gli studenti hanno riflettuto sulla loro "dieta mediatica". Hanno partecipato all'attività "24 ore senza" in cui hanno dovuto rinunciare all'uso del cellulare per 24 ore. Per questo, gli insegnanti hanno sviluppato una serie di questionari per esaminare come gli studenti usano gli smartphone, le app preferite, quanto spesso consultano i loro telefoni in un giorno e come si sentirebbero senza di essi. Riflettendo sui risultati dell'indagine in una serie di discussioni transnazionali, gli studenti sono diventati consapevoli dei loro comportamenti. Nella fase successiva del progetto, sono stati incoraggiati a pensare alle opportunità offerte da una realtà senza media digitali e Internet. A partire da questo, hanno scritto storie collaborative, creato cartoni animati e video, e immaginato come potrebbe essere per loro la vita senza un telefono. Gli studenti hanno sviluppato storie collaborative e le hanno pubblicate come brevi e-book o video. Si sono anche impegnati a sviluppare un alfabeto di attività senza Internet e hanno creato un racconto sulle avventure di un telefono cellulare, che può essere visto qui https://videos.simpleshow.com/iZYUozZlt4?fbclid=IwAR1lmkfhv33g8brm8QMYUaKkZoX8xLYSg4B6kq-IFf_qD4B0Lar6yUVcil%2F

Anche i genitori hanno partecipato al progetto rispondendo a diversi questionari sulla loro "dieta mediatica".

Impatto:

Il progetto ha incoraggiato gli studenti a riflettere sul loro consumo dei media e sulle possibilità alternative di una routine quotidiana senza il cellulare. Alla fine del progetto tutti i partecipanti avevano una buona idea del loro utilizzo e avevano imparato a svolgere attività alternative che non includevano l'uso del cellulare.

Paesi:

Portogallo, Germania

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/95044/home>

Strumenti:

Madmagz, ToonyTool, Makebeliefscomix, Padlet, Adventmyfriend, Wordart, Issuu, Kinemaster, Artsteps, Answergarden, Mysimpleshow

ALL ABOUT DIGITAL

Viviamo in un'era digitale e, durante la pandemia, i giovani di ogni età hanno aumentato il loro uso della tecnologia. Questo progetto è stato creato per sensibilizzare i giovani studenti sulla loro vita digitale, il loro consumo di informazioni, la loro sicurezza su Internet, il cyberbullismo e l'impatto dell'abuso di Internet sulla loro salute.

Obiettivi:

Lo scopo del progetto era quello di permettere agli studenti di muovere i primi passi in sicurezza nel mondo digitale e di aiutarli a riconoscere come valutare il contenuto dei media.

Le attività principali si sono concentrate sull'aiutare gli studenti ad acquisire conoscenze sul funzionamento di Internet e a sviluppare competenze su di esso, analizzando e valutando il contenuto dei media. Le attività introduttive hanno indagato sul significato della tecnologia e di Internet per gli studenti. Le attività includevano anche lezioni e un webinar con un insegnante di TIC sulla sicurezza in Internet. Gli studenti hanno poi creato nickname e password sicure, giocato a giochi digitali, partecipato a un Kahoot online dal vivo insieme ai loro insegnanti, creato un opuscolo collaborativo sull'alfabetizzazione mediatica con i pro e i contro dei contenuti dei media.

https://www.canva.com/design/DAEWD7eLGHQ/share/preview?token=X0PYkPJWWMXiXBgxb54MVw&role=EDITOR&utm_content=DAEWD7eLGHQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton#1

Poi gli studenti hanno effettuato una ricerca e progettato un dizionario di parole digitali.

Il progetto ha anche valutato vari media come libri, giornali e riviste, pubblicità, film di animazione e raccolto i risultati in un Padlet collaborativo.

Gli studenti hanno anche imparato l'importanza delle impronte digitali e hanno

creato le loro impronte digitali con le informazioni che hanno trovato cercando il loro nome su Google. Alla fine del progetto gli studenti hanno preparato e firmato un accordo sull'uso sicuro di Internet.

Impatto:

Il progetto ha reso gli studenti più attenti a come trascorrono il loro tempo online e più consapevoli dei rischi di Internet. Hanno visto i loro coetanei affrontare problemi quando sono online, dando loro il coraggio di agire quando devono affrontare problemi di sicurezza su Internet o di cyberbullismo.

Hanno anche imparato che ogni bambino deve essere consapevole della sicurezza e delle norme di Internet, a prescindere dall'età.

Il progetto ha coinvolto anche i genitori, che hanno imparato come guidare i loro figli quando sono online e come affrontare gli effetti dell'abuso di computer e smartphone.

Paesi:

Turchia, Romania, Italia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/152784/home>

Strumenti:

Canva, Postermymwall, Milanote, Wakelet, Voice toner, Chatterpix, My doll face, Voki, Genially, Padlet, Learning apps, Kahoot, Oodlu, Educandy, Jigsawplanet, Storyboardthat, Makebeliefcomix, Birddessines, Wordart, Mentimeter, Tricider, Answergarden, Inshot, Animaker, Book creator, Storyjumper, Grcodegenerator.

ENJOYING CODING

Il progetto Enjoying Coding ha incoraggiato i partner a studiare la programmazione informatica e a coltivare la passione per questa materia.

Obiettivi:

Obiettivo di questo progetto è stato quello di sviluppare la comprensione da parte degli studenti del significato di programmazione e di come la programmazione sia la spina dorsale di tutti i computer e di Internet.

Attività:

Il progetto era basato sugli insegnanti che preparavano i loro studenti a partecipare alla EU Code Week, e per questo motivo gli insegnanti si sono iscritti al MOOC "Basics for Schools of Artificial Intelligence (AI)", offerto dalla EU Code Week. Gli studenti hanno imparato a decifrare i codici e a scomporre le immagini pixellate. Durante la Campagna di primavera di eTwinning sull'alfabetizzazione mediatica, l'attività è stata quella di creare un quiz di immagini fake su Kahoot e sfidare i loro partner a scovare quelle false (questa attività è descritta in dettaglio nel Capitolo 6). Come output gli insegnanti hanno creato una pagina specifica sul TwinSpace del progetto dove hanno raccolto e condiviso programmi didattici originali da utilizzare per la codifica informatica.

Impatto:

In questo progetto, gli studenti hanno sviluppato capacità di risoluzione dei problemi e pensiero critico. Hanno acquisito familiarità con il linguaggio di programmazione e aumentato il loro interesse su questo argomento. E, in più, hanno imparato l'uso corretto di computer e tablet.

Paesi:

Slovenia, Polonia, Italia, Portogallo e Spagna

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/122478>

Strumenti:

Photoshop, Digital photo frame, Kahoot, Google Forms



4.3

ETÀ 12-16

LITERATE-TWINNERS

Il progetto è stato incentrato sull'uso sicuro e consapevole dei media e di Internet.

Obiettivi:

Il progetto tratta dell'alfabetizzazione mediatica e sociale e della disinformazione. L'obiettivo principale è che gli studenti imparino ad essere sicuri e consapevoli dell'uso di Internet. Per questo devono imparare il vocabolario necessario sulla Social Media Literacy e alcuni strumenti di base del Web 2.0, fare presentazioni in una lingua straniera e acquisire competenze sociali e civiche per mezzo di DigComp 2.1. L'obiettivo è quello di integrare la Social Media Literacy nel curriculum e di aumentare la consapevolezza degli studenti su Social Media Literacy, disinformazione e sicurezza in Internet.

Attività:

Nel corso del progetto – sotto la guida dei loro insegnanti – agli studenti è stato prima presentato il Quadro europeo delle competenze digitali e, utilizzandolo come base, hanno svolto attività incentrate sulle aree principali del Quadro. Gli studenti hanno cercato materiali sull'alfabetizzazione mediatica e hanno presentato i risultati del loro lavoro ai partner del progetto. Tutti i partecipanti si sono riuniti online ogni sabato sera per ascoltare le presentazioni dei team nazionali misti.

In questo progetto è stata usata con efficacia la metodologia Content and Language Integrated Learning (CLIL). Gli studenti hanno anche preparato opuscoli, poster e pubblicità di servizio pubblico sia nella loro lingua madre che in inglese. Preparando i lavori nelle loro lingue madri, miravano a raggiungere altre parti interessate nelle loro scuole e persino nei loro paesi. Infine, i partner sono stati divisi in squadre e gli studenti hanno scritto storie sull'alfabetizzazione mediatica e la disinformazione. Gli studenti hanno imparato argomenti chiave sull'alfabetizzazione mediatica, la disinformazione e le minacce dei media e dei social media, tra cui notizie/contenuti illegali e falsi, esclusione, cyberbullismo, pressione sociale, impronta digitale, sicurezza online, violazione del copyright e netiquette. Il risultato delle attività dei partner è raccolto in un e-book che include decine di racconti sui media e l'alfabetizzazione ai social. I partecipanti al progetto hanno anche creato un libretto sull'alfabetizzazione mediatica: <https://online.fliphtml5.com/lwuyyp/kjmi/#p=1>

Impatto:

Il progetto ha consentito ai partner di studiare e imparare il vocabolario incentrato sulla Alfabetizzazione dei media e dei media sociali e ha incoraggiato gli studenti a familiarizzare con alcuni strumenti di base del Web 2.0. Inoltre, ha sensibilizzato gli studenti all'alfabetizzazione mediatica, aiutandoli ad acquisire competenze sociali e civiche e a prepararsi alla nuova alfabetizzazione necessaria per vivere e lavorare nel 21° secolo.

Paesi:

Turchia, Tunisia, Azerbaijan, Spagna, Croazia, Serbia, Portogallo

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/144132/home>

Strumenti:

Google Docs, Google Forms, Google Slides, Pinup, WordArt, Tricider, Calameo, Canva, Zoom, Blogspot, Microsoft Teams, Removebg, Pixton Edu, Kahoot, Thinglink, School Map, Quik, Padlet, Animoto, Biteable, Weebly, Powtoon, CalendarLabs, Mosaically, Menti, Cram, Educandy, Socrative, Makeit

FAKETASTIC

Fake news, post-verità e fatti alternativi sono tre termini che sembrano riassumere questo strano periodo in cui viviamo. Le fake news non esistono solo dall'avvento di Internet e degli smartphone ma sono sempre state con noi. In questo progetto gli studenti si immergono nel mondo della manipolazione e inventano una storia faketastic in cui immaginano le fake news del futuro.

Obiettivi:

Questo progetto è stato concepito per introdurre gli studenti alla nozione di fake news e insegnare loro le strategie per diventare lettori migliori e più critici. Il progetto ha affrontato la disinformazione nei social media, e le immagini e video reali/falsi.

Attività:

Agli studenti è stato presentato il personaggio del Barone di Münchhausen, un ottimo esempio di persona che diffonde disinformazione con le sue storie false. Dopo aver letto il romanzo "Barone dei bugiardi", gli studenti sono stati divisi in squadre transnazionali e hanno realizzato storie faketastic, immaginando le fake news del futuro, come se fossero raccontate dal Barone stesso. Il titolo del libro di racconti era "Münchhausen's new clothes" (I vestiti nuovi di Münchhausen), un

riferimento alle nuove storie di Münchausen scritte dai partecipanti al progetto. Al termine del lavoro, gli studenti si sono concentrati sui diritti e le responsabilità degli scrittori in termini di copyright e si sono tuffati nel mondo della manipolazione creando un gioco a labirinto con finti post e immagini di Twitter. In questo progetto sono stati implementati diversi approcci pedagogici come la classe capovolta in ogni modulo e l'apprendimento basato sul gioco con diversi strumenti e risorse. Inoltre, sono state utilizzate tecniche di apprendimento basate su scenari: gli studenti hanno immaginato di vivere nell'anno 3050 e, lavorando in gruppi transnazionali, hanno scritto brevi storie. Principali risultati del progetto sono stati la raccolta di racconti e un gioco d'avventura con finti tweet e scritti confezionati dagli studenti, e persino un labirinto in cui gli studenti dovevano evitare le informazioni false e, affidandosi al loro istinto, scoprire quali fossero vere.

Impatto:

Gli studenti hanno imparato molto su ciò che è reale e ciò che è falso, e come distinguere le differenze. Hanno sviluppato le loro capacità critiche e, alla fine del percorso, hanno sentito di avere maggiore padronanza del loro mondo digitale. Gli insegnanti hanno registrato due video molto interessanti in cui riflettono sui risultati del progetto per i loro studenti:

<https://youtu.be/-OQnrRQHVoU>

<https://youtu.be/Nf1a6LkuPp0>

Paesi:

Germania, Turchia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/125385/home>

Strumenti:

Padlet, Facebook, Twitter, Quizizz, Doozle, Genial.ly, Google Slides, Zoom, Canva, Imovie, BBC Academy Resources

INFLUENCED

Obiettivi:

Al giorno d'oggi, gli influencer hanno un grande impatto tra i giovani. Ecco perché è stato creato questo progetto: esaminare come i contenuti di Internet possono influenzare le nostre opinioni, decisioni e stili di vita, e suggerire conclusioni utili per la vita degli studenti.

Attività:

Dopo aver letto un articolo sui dieci maggiori influencer e aver fatto ricerche sul concetto di influenza, gli studenti hanno progettato una presentazione su queste persone e hanno aggiunto altri influencer che erano importanti per loro. Gli studenti hanno anche condotto una ricerca su come Internet può influenzare le persone e, a tal fine, hanno creato un glossario di termini e una raccolta di testi che riflettono le loro esperienze personali. Hanno anche riflettuto sull'influenza di Internet sulla partecipazione democratica. Hanno collaborato alla creazione di molti prodotti, compreso un e-book. Hanno condiviso la loro esperienza personale e appreso come e da chi è influenzata la loro vita.

Impatto:

Gli studenti sono stati incoraggiati a migliorare il loro pensiero critico quando hanno a che fare con i contenuti dei media e gli influencer che seguono. Alla fine del progetto, oltre alle nuove competenze interculturali, digitali e di lingua straniera acquisite e migliorate, hanno lavorato in modo collaborativo, dimostrando un alto livello di creatività e pensiero critico. Uno studente ha commentato dicendo: "È sconcertante capire quanto Internet influenzi me e molte altre persone ogni giorno. Molti di noi non potrebbero più vivere senza."

[Per saperne di più su questo progetto](#)

Paesi:

Lituania, Italia, Germania

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/70666/home>

Strumenti:

Adobe Spark, Sutori, Classtools.net, Issuu, Google Docs, Google Slides, Google Forms, Padlet, Makebeliefscomix, Memegenerator, Tricider, Dotstorming, Answergarden, Kizoa

ART AUTOGRAPHS 2021

Obiettivi:

Lo scopo di questo progetto è stato quello di insegnare agli studenti cosa sono i falsi d'arte e i meme sull'arte, a fronte di uno studio più ampio dell'arte contemporanea. In che modo i meme corretti e di alta qualità si rapportano all'arte? Le persone conoscono i meme basati sull'arte meglio della fonte originale? Come possono gli studenti discriminare tra le vere opere d'arte e i falsi?

Attività:

Per un anno, gli studenti dai 10 ai 17 anni hanno unito questo progetto alle loro materie di studio della cultura e dell'arte. Le attività includevano la creazione di opere d'arte sulla base di associazioni personali sulla creatività degli artisti, la progettazione di campioni basati sulla cultura e il patrimonio artistico, la ricerca sulla vita e il lavoro di artisti di diversi paesi, e la formazione di un atteggiamento rispettoso verso le acquisizioni di varie culture del mondo. Gli studenti hanno condotto una ricerca su famosi influencer, creato un glossario di termini relativi al comportamento online, scritto un e-book collaborativo: *Modern Art Simplified*. Inoltre, hanno realizzato diversi film, eventi e Twinning dal vivo su come individuare i meme e i falsi.

Impatto:

Gli studenti hanno certamente migliorato la loro capacità critica e, studiando il mondo dell'arte e dei falsi artistici, hanno capito che ogni immagine deve essere valutata criticamente in termini di contesto, messaggio principale e motivazioni sottostanti.

Paesi:

Francia, Grecia, Turchia, Ucraina

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/116982/home>

Strumenti:

Graasp, Minecraft, Blender, GeoGebra, Emaze, Tricider, Survey Monkey, Mentimeter, Padlet, Thinglink, Genial.ly, Calameo, Blogspot, Adobe Spark Post, Pixlr, Tuerchen, Kahoot, LearningApps, Linoit, Sway, Seesaw, Toytheater, Sutory, Wizer.me, YouTube, Stop Motion Studio

WEBA (WEB-ACADEMY)

Il progetto ha studiato gli ambienti educativi online del Web 2.0 e come possono supportare l'insegnamento e l'apprendimento online.

Obiettivi:

La finalità del progetto è stata quella di migliorare la conoscenza e le competenze degli studenti nell'utilizzo degli strumenti del Web 2.0 e nell'evitare i pericoli impliciti in un mondo digitalizzato.

Attività:

In questo progetto, gli studenti che erano assenti da scuola a causa della pandemia di COVID-19 sono stati messi in grado di creare contenuti didattici utilizzando gli strumenti del Web 2.0 per sostenere le loro lezioni e attività. Gli studenti affrontano diversi pericoli in un mondo digitalizzato e, per questo motivo, hanno creato prodotti originali ed educativi sul tema "Alfabetizzazione mediatica e disinformazione" con tutti gli strumenti del Web 2.0 con cui avevano acquisito familiarità: storie e concorsi online, mappe concettuali, diapositive di lezioni, strumenti di misurazione e di gioco. Questi contenuti sono stati diffusi in tutte le scuole coinvolte nel progetto. I prodotti erano legati ad argomenti come scoperte e invenzioni, patrimonio culturale, materie scolastiche, natura e ambiente, e alla fine i partecipanti hanno tenuto delle presentazioni per i loro partner e la comunità locale.

Impatto:

Gli studenti hanno ampliato le loro competenze digitali e hanno ricevuto un'educazione online con diverse attività di progetto che hanno permesso loro di diventare più consapevoli della sicurezza su Internet. Hanno anche acquisito molte informazioni sulla alfabetizzazione mediatica e sulla disinformazione e hanno creato un libro su "Alfabetizzazione mediatica e disinformazione con la tecnologia": <https://read.bookcreator.com/A38pys632fUAYyVim907yyocfyf2/tElggLfdQ86G-s6l80mPG0g>

Paesi:

Turchia, Lituania, Polonia, Bulgaria

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/122869/home>

Strumenti:

Computer, smartphone, videocamera, tablet, registratore vocale, televisione. Strumenti del Web 2.0: Padlet.com, LearningApps.org, Quizizz.com, Canva.com, Spiderscribe.net, Jigsawplanet.com, app.bookcreator.com, Google Slides, Google Forms, Google Docs, Storyjumper.com, Linoit.com, Blogger.com, Mentimeter.com, Surveymonkey.com



4.4

ETÀ 16-19

COVERING COVID -19 THROUGH DIGITAL MEDIA LITERACY

Questo progetto ha utilizzato la situazione del COVID-19 come mezzo per sviluppare le competenze di alfabetizzazione mediatica negli studenti partecipanti.

Obiettivi:

Con l'intero pianeta che pensa e agisce allo stesso modo a causa della pandemia di COVID-19, questo progetto aveva l'obiettivo di rendere gli studenti consapevoli delle ragioni e delle conseguenze della pandemia, specialmente nell'area della disinformazione nelle notizie e così aiutarli ad aumentare la loro alfabetizzazione mediatica.

Attività:

Gli studenti hanno imparato a usare gli strumenti del Web 2.0 creando infografiche sull'alfabetizzazione mediatica usando Canva e presentandole ai loro compagni. Il processo ha incluso lo scambio culturale tra gli studenti durante gli incontri online in parallelo al progetto.

I partner del progetto hanno anche realizzato un e-book dal titolo "Coronavirus: how bad information can go viral" (Coronavirus: le cattive informazioni diventano virali) – <https://read.bookcreator.com/zKZ3ZsUA1Eg71glCyoalnxELgyr1/QaodmG6MShSev3D-89Zeww>, che è stato usato come base di partenza per discussioni transnazionali finalizzate a sensibilizzare gli studenti sull'impatto del virus, che è molto differente per i diversi campi e contesti, specie in relazione alla copertura mediatica e alla disinformazione, ma anche ad altri argomenti come il cambiamento climatico.

Impatto:

Gli studenti hanno imparato l'importanza di concentrarsi sulla alfabetizzazione mediatica digitale come strumento chiave per costruire la resilienza nei confronti della disinformazione sanitaria relativa alla pandemia di COVID-19. Grazie a questo lavoro, sono diventati più resistenti di fronte all'assalto della copertura mediatica quotidiana della pandemia.

Paesi:

Azerbaijan, Giordania

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/114852/home>

Strumenti:

Microsoft Teams, Padlet, Canva, Bookcreator, StoryJumper, Quizizz

ART AUTOGRAPHS 2021

L'alfabetizzazione mediatica include le pratiche che permettono alle persone di accedere, valutare criticamente e creare i media. Questo progetto ha promosso la consapevolezza dell'influenza dei media e ha creato un atteggiamento attivo verso il consumo e la creazione dei media.

Obiettivi:

Il progetto mirava a sviluppare le competenze necessarie per analizzare criticamente i messaggi trasmessi attraverso varie fonti mediatiche. L'obiettivo era quello di migliorare le competenze digitali degli studenti e aiutarli a sviluppare una generale capacità mediatica e aumentare le loro abilità creative nell'elaborare i propri messaggi mediatici e anche contrastare le fake news.

Attività:

Poiché il progetto riguardava i media e la disinformazione, una delle attività principali è stata quella di presentare agli studenti gli strumenti del Web 2.0. I partecipanti hanno fatto una ricerca sul vocabolario di Internet e dei media e hanno prodotto un glossario di termini comuni: <https://online.fliphtml5.com/rlouv/gfsj/>. Hanno anche condotto alcuni esperimenti sociali per studiare come la disinformazione si diffonde e colpisce le persone utilizzando quattro approcci diversi: la creazione e l'uso di fotografie false, il fotomontaggio, gli strumenti online per la creazione di notizie false, o la realizzazione di un video. Questo è l'e-book che hanno prodotto sull'argomento: <https://read.bookcreator.com/kYAGFuZpV3YZczRWVWNHsgX2Zb82/JoYR0ejb-TZqecnOCloKTZQ>

Impatto:

La valutazione finale del progetto ha evidenziato che le attività in cui gli studenti sono stati coinvolti e i prodotti che hanno creato hanno aumentato la loro consapevolezza dell'alfabetizzazione mediatica. Il progetto ha permesso loro di acquisire nuove competenze come il pensiero critico, la risoluzione dei problemi, la collaborazione, la comunicazione e le capacità di leadership. Gli studenti ora sono in grado di analizzare le informazioni e i diversi tipi di media e anche di creare i propri contenuti. Di conseguenza, sono diventati utenti digitali più consapevoli e prudenti.

Paesi:

Turchia, Romania, Ucraina, Georgia, Libano, Croazia, Serbia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/123681/home>

Strumenti:

Google Forms, Kahoot, Quizizz, Blooket, Mentimeter, Canva, Postermywall, Thinkercad, Google Docs, Zoom, Wakelet, ToonyTool, Kapwing, Kizoa, Quizle

DIGITAL BRIDGE!

Con l'era digitale, nuovi rischi e aree critiche minacciano i più giovani. Questo progetto si occupa di dipendenza da Internet e dai social media, cyberbullismo, fake news e mancanza di preparazione alla partecipazione in una cultura digitale con i relativi rischi, come violazione della privacy online, sicurezza dei dati, frode e altre questioni correlate.

Obiettivi:

Questo progetto è stato istituito per aiutare gli studenti a diventare cittadini digitali migliori e ad essere consapevoli dei rischi informatici, e per migliorare la loro alfabetizzazione mediatica e digitale.

Attività:

Gli studenti hanno lavorato in squadre transnazionali e realizzato molti prodotti, tra cui questo quiz sugli obiettivi delle persone che creano fake news: <https://view.genial.ly/6070c7d6a838df0d7dd3126b/interactive-content-bricks-quiz>. Sono stati anche introdotti i concetti di copyright e di uso equo della proprietà intellettuale e gli studenti hanno creato un quiz sull'argomento. <https://view.genial.ly/6070c7d6a838df0d7dd3126b/interactive-content-bricks-quiz>

I partner hanno sviluppato un dizionario di cittadinanza digitale, che include loghi, poster e tutorial e hanno prodotto una serie di newsletter sull'alfabetizzazione mediatica, una delle quali è visibile qui: <https://www.flipsnack.com/digitalbridge/copy-of-digit-l-bridge-march-activities-bulletin.htm>.

Nel corso del progetto, gli studenti hanno creato una rivista digitale sull'Internet sicuro.

Impatto:

La valutazione finale del progetto evidenzia che la competenza digitale degli studenti è migliorata e che sono più motivati a essere consapevoli di ciò che leggono, vedono e fanno quando interagiscono con i media.

Paesi:

Turchia, Francia, Italia, Spagna, Croazia, Grecia, Ucraina, Tunisia, Lituania, Polonia, Georgia, Romania

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/151244/home>

Strumenti:

Renderforest, Flipgrid, Bitmoji Virtual Classroom, Google Slides, Responsters, Thinglink, Blogger, Wix, Tricider, Wordartcloud, Google Spreadsheet, Voki, Calameo, Bitmoji, Chatterpix, Pictmap, ToonyTool, Pixton, Bighugelabs, Meme Generation, Google Forms, Genially, Emaze, Prezi, Canva, Postermymwall, Flipxpress, Quizlet, Quizizz, Kahoot, Learning Apps, Zumpad, Storyboard, Sli.do

MONO-LOGOS

Il titolo del progetto si basa sulla parola “monologo”, un discorso generato da una singola persona e indirizzato a uno o più destinatari. Anche se ci sono diversi tipi di monologo, questo progetto si è concentrato sul monologo comico per affrontare argomenti come alfabetizzazione mediatica e pensiero critico.

Obiettivi:

In Mono-logos gli studenti hanno presentato e discusso i problemi della società attuale da un punto di vista umoristico. L'intenzione era quella di innescare una riflessione su questi temi, facendo leva sul senso dell'umorismo delle persone, stimolando così il pensiero critico. L'obiettivo era aumentare l'inclusività degli studenti, le capacità di cooperazione e la consapevolezza delle questioni controverse e difficili.

Attività:

Divisi in gruppi misti internazionali, gli studenti hanno affrontato un argomento: COVID-19, gastronomia, letteratura distopica, ambiente, parole straniere, alfabetizzazione mediatica o donne e uguaglianza. Ecco un esempio di attività di alfabetizzazione mediatica: <https://view.genial.ly/5fcc2b9d185a0d0d977ca3ae/presentation-media-literacymono-logos-etwinning-copia-copia-copia-copia>. Una volta discussi gli argomenti, ogni gruppo ha scritto e interpretato un monologo comico e successivamente ha partecipato a dibattiti. Inoltre, tutti gli studenti coinvolti nel progetto hanno partecipato a campagne internazionali relative agli argomenti del progetto. Questo includeva studenti non udenti che hanno usato il linguaggio dei segni nei loro video.

Oltre a registrare monologhi per ogni argomento, gli studenti hanno anche consegnato articoli digitali come giornali, riviste, fumetti, poster e presentazioni sui diversi argomenti. Una panoramica della copertura mediatica del progetto può essere trovata su questa pagina.

Impatto:

Gli studenti coinvolti hanno certamente migliorato le loro competenze linguistiche sia in forma orale che scritta. Anche le loro capacità di analisi critica sono migliorate e, secondo gli insegnanti, hanno approfondito la comprensione della realtà.

Paesi:

Spagna, Bulgaria, Ucraina

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/123528/home>

Strumenti:

Tiktok, Flipsnack, Calameo, Genially, Google Slides, Mentimeter, Linoit, Google Forms, YouTube

SOCIAL MEDIA CULTURAL DEGENERATION

Il progetto ha affrontato gli effetti negativi dei social media che, insieme alla pandemia, hanno influenzato il comportamento degli adolescenti. Quando i social media sono il modo principale degli studenti di sperimentare la realtà, una delle conseguenze è chiamata "degenerazione culturale".

Obiettivi:

Il progetto aveva quattro obiettivi principali:

- Condurre ricerche e definire i vantaggi e gli svantaggi dei social media
- Approfondire il termine "degenerazione culturale"
- Costruire la consapevolezza sociale della nostra attuale cultura
- Imparare a usare gli strumenti Internet in modo efficace

Attività:

Gli studenti si sono impegnati in un'ampia varietà di attività di studio tra cui la ricerca sui social media, il concetto di degenerazione culturale e l'interazione tra i due. Hanno anche studiato la dipendenza dai social media, la sfida del cyberbullismo, la disinformazione e cosa comporta un'impronta digitale.

Hanno mostrato le loro conoscenze attraverso quiz e la creazione di poster e in una serie di e-book. Uno dei risultati principali è stato un video animato progettato da tutti gli studenti sulla dipendenza dai social media.

Impatto:

Nella valutazione finale, gli insegnanti hanno espresso l'opinione che sia loro che i loro studenti hanno beneficiato in molti modi della partecipazione al progetto. I docenti sono diventati molto più consapevoli delle offerte dei social media e dei pericoli che vi si nascondono. Gli studenti hanno anche acquisito consapevolezza di alcuni degli aspetti negativi dei social media e della dipendenza. Si sono resi conto di come i media possono influenzare la cultura riconducendo tutto a ciò che è considerato un approccio "accettabile" dai guru dei social media. Sono diventati abili nell'uso degli strumenti del Web 2.0, e hanno imparato ad essere scettici sulle notizie e come indagare su ciò che è vero e ciò che non lo è.

Paesi:

Romania, Turchia, Tunisia, Polonia, Albania, Francia, Macedonia del Nord, Serbia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/117668/home>

Strumenti:

Canva, Renderforest, Animaker, Chatterpix, Kahoot, Scrumbl.ca, Genially, Storyjumper, Padlet, Linoit, Toontastic



4.5

ISTRUZIONE E FORMAZIONE PROFESSIONALE

FIND THE TRUTH IN THE VIRTUAL WORLD

Il tema del progetto è scaturito dai rischi che i nuovi strumenti di comunicazione possono comportare per i bambini e i giovani, dal momento che la tecnologia mobile si è sviluppata rapidamente e i nuovi strumenti mediatici sono entrati nelle nostre vite, finendovi addirittura al centro con l'avvento dei social network. I nuovi strumenti di comunicazione pongono anche alcuni rischi, specialmente per i bambini e i giovani, che devono imparare ad analizzare, valutare e interpretare correttamente i messaggi sui social media.

Obiettivi:

Obiettivo di questo progetto era quello di sensibilizzare gli studenti sui rischi posti dai social media. Dovevano anche imparare il concetto di inquinamento informativo e come accedere alla conoscenza reale.

Attività:

Il progetto era incentrato sugli studenti e questi ultimi sono stati coinvolti nei processi decisionali sui temi del lavoro, e sono stati divisi in squadre scolastiche internazionali per un lavoro interdisciplinare. Gli studenti hanno progettato immagini interattive, studiato il concetto di caricatura e ne hanno creata una propria. Hanno anche creato un dizionario di alfabetizzazione mediatica e scritto una serie di poster acrostici che hanno pubblicato in un e-book.: <https://online.fliphtml5.com/oxkts/sjuc/#p=1>. Hanno creato un opuscolo informativo per le famiglie per aumentare la loro consapevolezza su come comportarsi su Internet. Inoltre hanno preparato dei video e organizzato dei webinar per i partner su vari aspetti dell'alfabetizzazione mediatica.

Impatto:

Secondo la valutazione effettuata alla fine del progetto, gli studenti hanno imparato ad analizzare, valutare e interpretare correttamente i messaggi dei social media e hanno aumentato le loro competenze di alfabetizzazione mediatica. Hanno certamente acquisito fiducia nell'uso degli strumenti online e hanno sviluppato soft skills come il lavoro di squadra, la collaborazione e le capacità di presentazione.

Paesi:

Albania, Bulgaria, Georgia, Croazia, Italia, Portogallo, Ucraina, Romania, Spagna, Turchia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/158648/home>

Strumenti:

Canva Renderforest, Weblly, Genially, Learning Apps, Animoto, Padlet, Google Forms, SurveyMonkey, Mind Meister, Certificate magic

YOUNG EUROPEAN ENTREPRENEURS (YEE)

Obiettivo di questo progetto è rendere gli studenti consapevoli dell'influenza delle attuali tendenze europee come la sostenibilità, la digitalizzazione e la diversità culturale e conoscere l'impatto del COVID-19 su imprenditorialità, comportamento dei consumatori e mondo del lavoro.

Obiettivi:

Obiettivo del progetto è quello di concentrarsi sull'importanza dei megatrend attualmente rilevanti: sostenibilità, digitalizzazione, diversità culturale e COVID-19 per l'interazione sociale in Europa. In questo modo, lo scopo è che gli studenti esaminino gli effetti di questi megatrend sull'imprenditorialità e sul mondo del lavoro e diventino essi stessi attivi come imprenditori. Nel fare ciò, si spera che sviluppino un senso per un'attività economica sostenibile in un mercato europeo sempre più digitalizzato.

Attività:

Gli studenti partecipanti al progetto hanno agito come imprenditori, sviluppato le loro idee di business e di prodotto e riportato l'esperienza acquisita in una relazione annuale. Il primo passo è stato che gli studenti analizzassero i bisogni attuali nei paesi partecipanti, diventando così consapevoli della diversità culturale. Da questo, hanno creato la loro azienda modello con una gamma di prodotti corrispondente. In seguito, hanno realizzato campagne pubblicitarie rivolte a un mercato internazionale e hanno gestito il processo di vendita negli spazi online (il loro TwinSpace). Così facendo si sono resi conto dell'importanza del contenuto dei media, della creazione di un solido concetto di prodotto e delle tecniche necessarie per una campagna pubblicitaria di successo. Hanno anche creato un'opportunità di lavoro nelle loro aziende e imparato come candidarsi e presentarsi nel miglior modo possibile. Il risultato finale è stata la produzione di una rivista aziendale. Studenti e insegnanti sono stati incoraggiati a collaborare e a creare sinergie efficaci, imparando gli uni dagli altri, mentre studiavano e lavoravano in contesti internazionali inclusivi.

Impatto:

Riflettendo sulle tecnologie digitali, così rilevanti nella loro esperienza di apprendimento a distanza, gli studenti si sono resi conto di quanto sia cruciale l'alfabetizzazione mediatica nello sviluppo di un concetto di prodotto e di un approccio etico alla pubblicità. I risultati della valutazione del progetto mostrano che gli studenti che lavorano insieme, incontrando e apprezzando la diversità culturale, vanno ben oltre qualsiasi visione nazionale e permettono di dare impulso allo sviluppo della cittadinanza europea.

Paesi:

Italia, Germania, Turchia, Portogallo, Ile de la Reunion - Francia, Repubblica Ceca, Polonia

Link al TwinSpace:

<https://twinspace.etwinning.net/119802/home>

Strumenti:

Padlet, iMovie, Google Earth, Genial.ly, Google Docs, Google Maps, WordClouds, Flipsnack, Google Sites, Google Sheets, Google Slides, Microsoft Teams

LINGUAGGIO, MEDIA E CULTURA

La relazione tra lingua e media è il modo in cui condividiamo i valori umani, le realtà e i comportamenti di un gruppo sociale. È il modo in cui condividiamo la cultura di quel gruppo sociale. Nel mondo moderno, per informare, educare, intrattenere e condividere valori culturali abbiamo bisogno di entrambi – lingua e media –, così come di un altro aspetto della cultura, quella di Internet, che ha già avuto un grande impatto su come interagiamo l'uno con l'altro.

Obiettivi:

L'obiettivo del progetto era quello di aiutare gli studenti a capire che il linguaggio, i media e la cultura sono collegati tra loro. Comprendere questa connessione non solo aiuterà gli studenti ad apprezzare il ruolo dei media nella loro vita, ma li aiuterà anche ad essere cittadini più informati, consumatori più esperti e alla fine lavoratori di successo, migliorando le competenze e le abilità che permettono di vivere e lavorare nella società moderna.

Attività:

Durante il progetto, gli studenti hanno sviluppato la capacità di esprimere se stessi con messaggi creativi ed efficaci, come disegnare e creare avatar personali. Le

attività includevano parlare in pubblico e raccontare storie, anche registrandosi mentre presentavano una storia. Gli studenti hanno partecipato a un'attività di gioco di ruolo in cui hanno realizzato una serie di interviste a personaggi famosi che hanno registrato su video, per poi effettuare un montaggio volto a presentare i concetti nel modo più attraente. Hanno imparato che i video possono essere manipolati e i messaggi delle persone possono essere confusi.

Impatto:

Gli studenti hanno sviluppato e migliorato molte abilità diverse: trasmettere messaggi in modo chiaro e conciso sia nella loro lingua madre che in una lingua straniera, comunicazione verbale e non verbale, analisi della comunicazione scritta e visiva, comunicazione per creare connessioni e relazioni efficaci con gli altri.

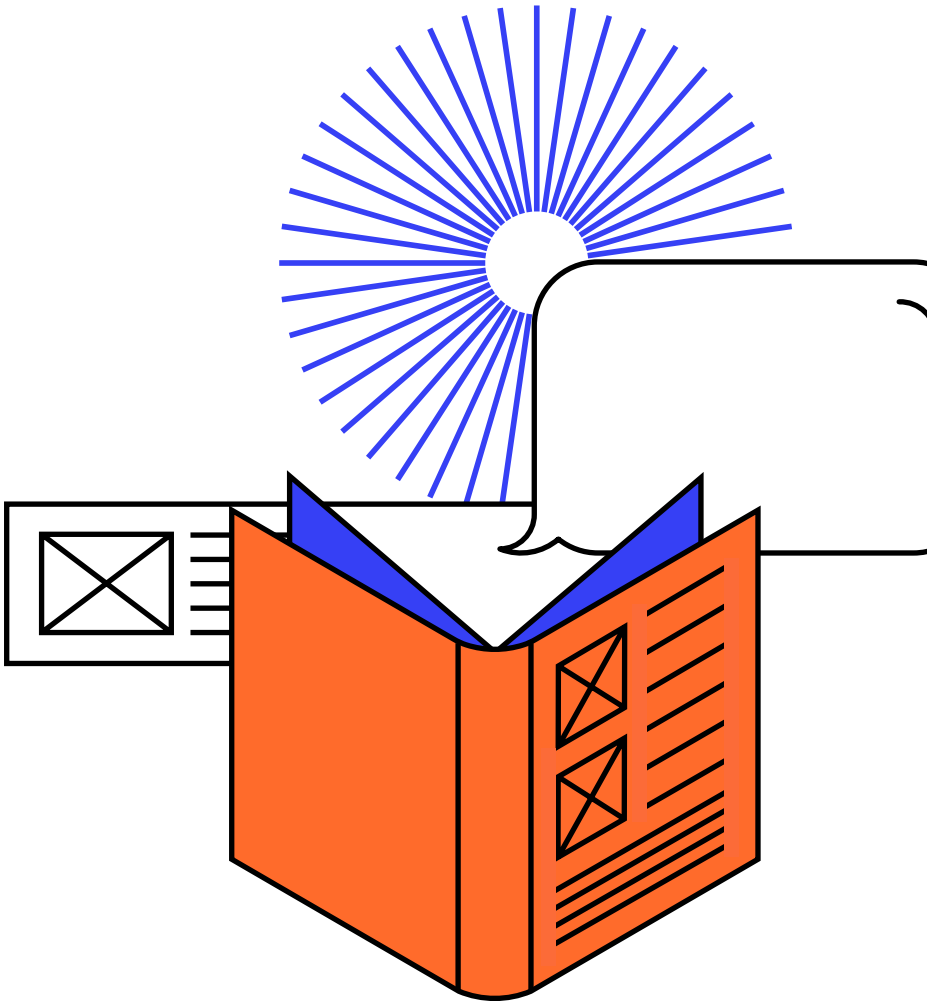
Paesi:

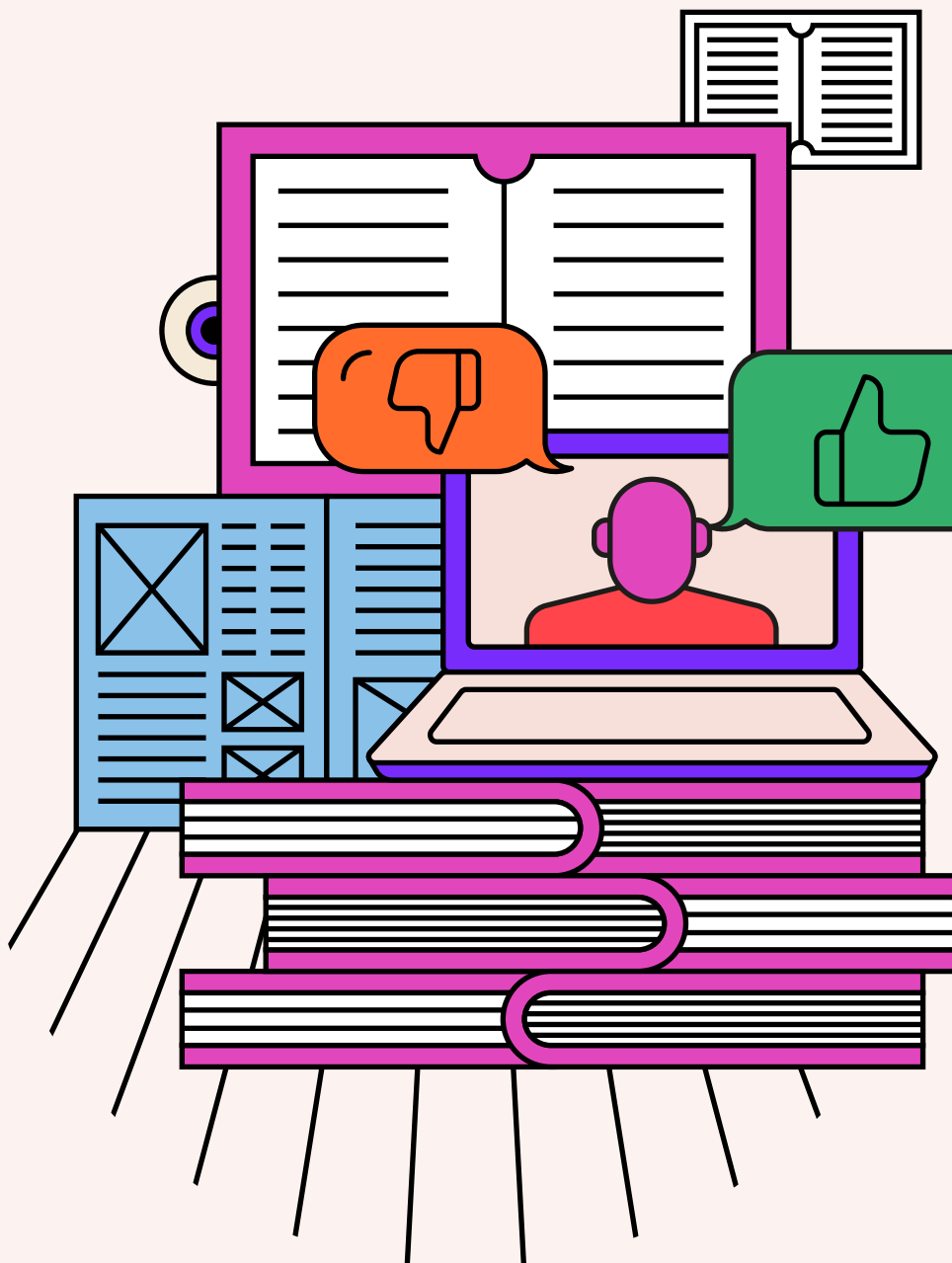
Repubblica Ceca, Turchia, Serbia

Link al TwinSpace: <https://twinspace.etwinning.net/92669/home>

Strumenti:

Joomag, Voki, AnswerGarden, Tricider








CAPITOLO 5

Risorse per
insegnare
l'alfabetizzazione
mediatica



L'alfabetizzazione mediatica e la disinformazione non sono argomenti facili da affrontare, soprattutto con i giovani che sono immersi in un mondo guidato dai media. Tuttavia, esistono molte buone risorse, alcune delle quali sono già state menzionate nei capitoli precedenti. In questo capitolo esaminiamo alcune delle risorse disponibili sia dai nostri collaboratori che da altre fonti, oltre a fornirti attività da utilizzare con le tue classi.

Iniziamo con il **Toolkit UE per le scuole sulla disinformazione**. Chiamato anche "Come individuare e contrastare la disinformazione", il toolkit si rivolge a una classe di scuola secondaria di I grado, coprendo una o due lezioni. Il documento delle linee guida è accompagnato da una presentazione PowerPoint, con link a diversi video di YouTube che servono come casi di studio. Il pacchetto di strumenti si estende attraverso le nozioni di **conoscenza** e **comprensione**, per includere anche **azioni concrete** sotto forma di discussioni e presentazioni di gruppo, traducendo la conoscenza in responsabilizzazione. I contenuti sono specificamente adattati alle realtà vissute dagli studenti, così come ai loro programmi di storia. Così, i casi di studio sono presi da personaggi come Machiavelli, Papa Urbano II e gli odierni teorici della cospirazione QAnon.

Questo mix di contemporaneità e storia permetterà loro di **contestualizzare efficacemente la disinformazione** sia nel mondo che li circonda che nei suoi precedenti e paralleli storici. Come regalo finale, il Toolkit offre una serie di raccomandazioni aggiuntive per ulteriori ricerche con una lista di letture che si rivolge al gruppo di riferimento.

Al fine di migliorare l'inclusività e l'agilità, tutti i materiali sono disponibili in tutte le 24 lingue dell'UE27, oltre ad essere completamente personalizzabili in base alle esigenze degli insegnanti e della classe. Proprio come gli studenti a cui è destinato questo pacchetto, anche il team che si occupa di disinformazione presso la Direzione generale della comunicazione della Commissione europea cerca sempre di imparare e ripensare il proprio approccio. Il team sarebbe lieto di

ricevere un feedback per i futuri aggiornamenti al seguente indirizzo: COMM-DISINFORMATION-TEAM@ec.europa.eu

URL https://europa.eu/learning-corner/spot-and-fight-disinformation_en

Un altro utile toolkit è il [Media Literacy Toolkit](#) che è stato sviluppato dai Consigli per la Stampa austriaco e tedesco ed è disponibile in inglese. Composto da una serie di studi di caso, scenari di giochi di ruolo e video, pone l'accento sullo **stimolare la consapevolezza degli studenti in merito a temi come la libertà di stampa e il giornalismo etico.**

Il **Centro francese per l'educazione ai media** CLEMI ha prodotto un'eccellente set di fogli per attività in aula sull'[alfabetizzazione mediatica](#) che possono essere scaricati e stampati.

Anche il gruppo **MEETolerance** ha prodotto una serie di risorse sulle attività e i metodi di educazione ai media per sostenere l'inclusione sociale.

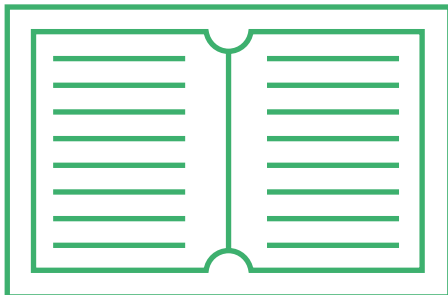
T for Think Smart è un video di 15 minuti progettato per aiutare i bambini a riflettere sulle informazioni che leggono e sulle persone che incontrano online.

[MySelfie and the Wider World](#) è una risorsa irlandese di educazione sociale, personale e sanitaria sviluppata per coinvolgere i **bambini di quarta e quinta elementare sul tema del cyberbullismo.** Viene utilizzata una serie di brevi animazioni per aiutare gli studenti a sviluppare le competenze e la comprensione necessarie per essere utenti di Internet responsabili, socialmente consapevoli ed efficaci, mentre esplorano i social network per la prima volta.

[All Aboard for DigiTown](#) è volto ad aiutare i bambini più grandi, **tra i 9 e i 12 anni a diventare cittadini digitali smart** esplorando dieci temi con il libro di attività scaricabile DigiTown, che copre temi come la consapevolezza del consumatore, i diritti, il benessere, l'alfabetizzazione digitale, l'etica e l'empatia, la privacy, ecc.

Il sito web **Mind over Media** contiene una gamma di risorse sul tema della propaganda, su come riconoscerla e come reagire ad essa.

Il **pool per la partecipazione europea** [SALTO](#) offre svariate risorse su media, informazione e pensiero critico.



Nell'**Appendice 1** è disponibile un ulteriore elenco di risorse e consigli di lettura in tutte le lingue dell'UE

Concludiamo con una serie di risorse rilevanti extra-UE:

[BBC student resource](#)

Una raccolta di risorse della BBC per aiutare gli studenti **a individuare le fake news e le informazioni false**. Il contenuto esplora l'impatto sociale, politico ed economico delle notizie e le abilità necessarie per analizzare e valutare criticamente le informazioni in svariati media.

[Il CRAAP Test \(USA\)](#) è una comoda checklist da usare quando **si valutano le informazioni**. CRAAP sta per Currency, Relevance, Authority, Accuracy and Purpose (attualità, rilevanza, autorevolezza, accuratezza e scopo), ed è stato creato dai bibliotecari della California State University-Chico, che hanno trovato un modo memorabile per ricordarci che non tutte le informazioni sono buone, specie in un ambiente online.

[Fact Check Eight simple steps \(USA\)](#)

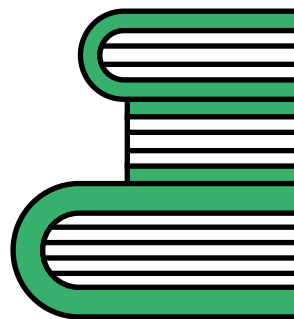
L'International Federation of Library Associations (IFLA) ha prodotto un'infografica con **otto semplici passi** (basati sull'articolo del 2016 di FactCheck.org "How to Spot Fake News"). L'IFLA invita tutti a scaricare, stampare, tradurre e condividere questo materiale per contribuire a diffondere il messaggio.

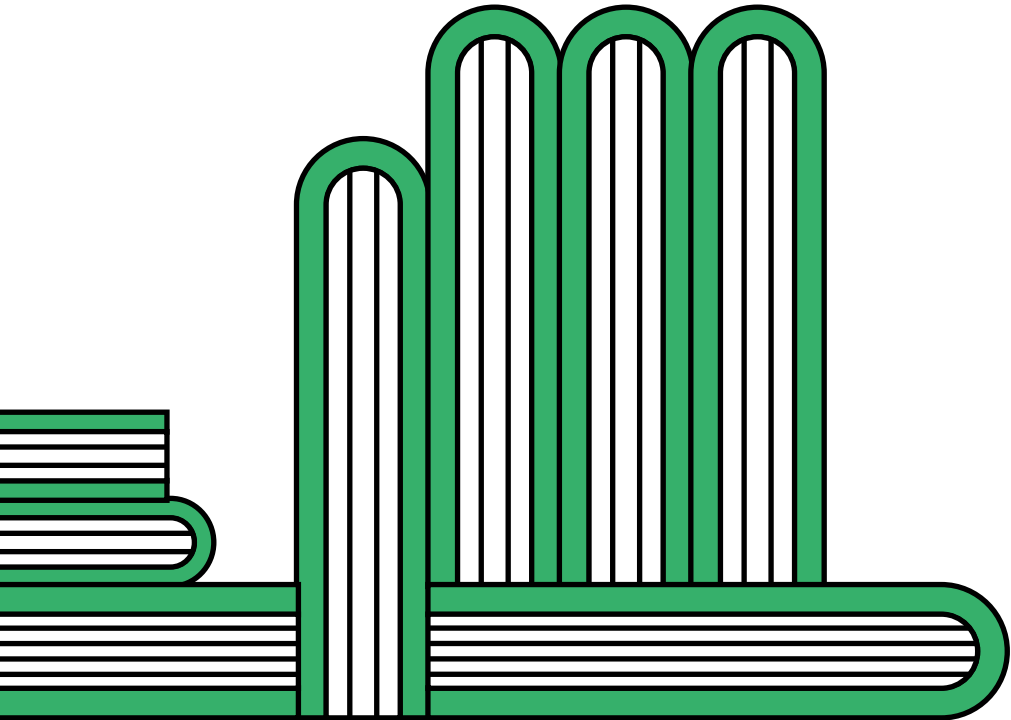
[Five Essential Questions \(USA\)](#)

Common Sense Media è un'organizzazione indipendente senza scopo di lucro che fornisce a genitori, insegnanti e politici informazioni imparziali, consigli affidabili e strumenti innovativi per aiutarli **a sfruttare il**

potere dei media e della tecnologia

come una forza positiva nella vita di tutti i bambini. Usa queste cinque domande essenziali come un trampolino di lancio, per aiutare i giovani, o chiunque altro, a scavare più a fondo con domande ancora più critiche.







CAPITOLO 6

Attività di classe
per sviluppare
l'alfabetizzazione
mediatica



Contributi di:

BIRGY LORENZ Università tecnologica di Tallinn, scienziata della cybersicurezza, Estonia

DIANA POUDEL Insegnante di sicurezza digitale e alfabetizzazione mediatica, Estonia

Le attività suggerite in questa sezione sono incentrate su come realizzare progetti e attività sull'alfabetizzazione mediatica. Sono impostate in base alla fascia d'età degli studenti coinvolti:



I bambini da 0 a 6 anni sono spesso esposti a contenuti falsi e inappropriati attraverso cartoni animati e pubblicità che appaiono su siti web e applicazioni durante le loro attività di gioco. Mentre molti genitori sono consapevoli del mondo digitale e in grado di proteggere i loro figli da questo, altri permettono ai loro figli di utilizzare la tecnologia senza precauzioni. Le seguenti attività sono adatte all'uso con bambini molto piccoli.

LINK E ANNUNCI SOSPETTI: CLICCARE O NON CLICCARE, È QUESTO IL DILEMMA

Competenze chiave:

Sicurezza, problem solving, alfabetizzazione mediatica e dei dati

Descrizione:

I bambini della scuola dell'infanzia imparano a valutare link e pubblicità da una prospettiva di "valore nominale". Gli insegnanti di diversi paesi indagano. Chiedi quale ambiente online gli alunni usano a casa e raccogli gli screenshot di questi.

Ritaglia le informazioni su pubblicità e link da questi screenshot (è importante avere esempi di lingue diverse, alcune informazioni dovrebbero riguardare pubblicità/siti/link affidabili, altre non affidabili).

Crea un quiz Kahoot condiviso sugli annunci selezionati (dove ci sono due tipi di risposta: mi fido/non mi fido). Esegui il Kahoot con gli studenti di tutte le scuole partner per vedere il livello di discernimento degli alunni rispetto ai siti non attendibili. Se è basso, spiega cosa è andato storto e perché.

Si consiglia inoltre di organizzare un incontro con i genitori in cui anche loro

rispondano al quiz con una successiva formazione sulla consapevolezza. Condividi i risultati con gli altri paesi. Questo test Kahoot può essere utilizzato a livello internazionale per insegnare il paradigma "Pensa prima di cliccare".

MAMMA! MI COMPRI... ?

Competenze chiave:

Sicurezza, alfabetizzazione digitale, alfabetizzazione finanziaria

Descrizione:

I bambini della scuola dell'infanzia imparano che il denaro online è altrettanto reale. Gli insegnanti e i genitori raccolgono informazioni sulle applicazioni di gioco (gratuite, a pagamento) sul dispositivo che i bambini stanno usando. Indagano quando queste app iniziano a chiedere informazioni sulla carta di credito per acquistare oggetti nel gioco o per accedere ad un secondo livello. Gli insegnanti lavorano in collaborazione per sviluppare una presentazione che mostri diversi giochi con esempi in cui il servizio inizia a chiedere denaro o il numero della carta di credito.

A questo punto si gioca a "negozio" (un alunno è il venditore, un altro l'acquirente) e si usano soldi finti di carta. Sullo schermo viene mostrata la situazione, e il compratore deve dare il suo denaro al venditore. L'insegnante spiega che l'alunno è ora responsabile dei soldi della sua famiglia: il compratore deve scegliere se spendere i soldi nell'esempio di gioco scelto oppure no. Se scelgono di comprare, allora vengono richieste le informazioni della carta di credito, e l'insegnante spiega cos'è e come è collegata al

denaro reale. Se i soldi finiscono, il compratore esce dal gioco. Se invece non acquista nulla durante l'intero scenario, viene premiato con il diploma di "giocatore più sicuro su Internet", creato dai partner (studenti).



I bambini tra i 6 e i 10 anni sono esposti alle bugie quanto le loro controparti più giovani, sempre attraverso attività di gioco e canali mediatici. Anche se il regolamento stabilisce che i bambini piccoli non debbano stare sui social network, molti genitori non lo considerano un'attività proibita, quindi non è insolito che i bambini in questa fascia d'età abbiano account su Facebook, Instagram e TikTok.

LA SCIMMIA VEDE, LA SCIMMIA FA!

Competenze chiave:

Benessere sociale, reputazione, comunicazione, problem solving

Materie:

Studi sociali, alfabetizzazione mediatica

Descrizione:

In questa attività gli studenti imparano che imitare gli altri o seguire il comportamento altrui, quando non si tratta di adulti fidati nella loro vita, non è la cosa più saggia da fare. Gli studenti di ogni paese raccoglieranno video che hanno trovato divertenti, ma che non devono essere imitati. Quindi ogni paese invia una serie di video al proprio partner affinché li valuti: cosa c'è di sbagliato e quale sarebbe il

rovescio della medaglia se qualcuno lo imitasse? A gruppi, gli studenti fanno una lista di comportamenti socialmente accettabili (buoni) e inaccettabili (cattivi). Le liste vengono discusse in un forum o in una video-conferenza dove vengono evidenziate le somiglianze dei comportamenti bene nella maggior parte dei paesi. Gli studenti possono anche discutere quali saranno gli svantaggi quando qualcuno si comporta in modo non accettabile: perdere gli amici, per esempio, o non ottenere un lavoro, avere problemi con la polizia, ecc. L'insegnante spiegherà anche agli studenti come segnalare questo tipo di contenuti online. Un'altra attività potrebbe essere quella di mostrare due versioni di una storia o di una situazione. Una è vera e l'altra è falsa. I ragazzi guardano entrambe e poi discutono su quale sia la storia vera e come fanno a sapere che è la verità. Questa attività può essere una continuazione della prima: non tutto su Internet deve essere imitato e non tutto è necessariamente vero.

REGOLE PER LA SICUREZZA SU INTERNET A SCUOLA, A CASA

Competenze chiave:

Benessere digitale, differenze culturali

Materie:

Studi sociali, sicurezza digitale, alfabetizzazione mediatica, similitudini culturali, arte

Descrizione:

In ogni scuola viene compilato un elenco delle regole (uso dei dispositivi, orari, limitazioni, bullismo, uso delle password, a chi chiedere aiuto, ecc.) date ai bambini sia a casa che a scuola, che vengono poi confrontate per scoprire differenze e somiglianze. Il primo passo è quello di conoscere le rispettive regole a casa e a scuola, raccogliendo informazioni dai genitori e usando un diagramma di Venn per analizzare i punti in comune e le differenze nei due contesti. Poi i risultati vengono condivisi con i paesi partner per scoprire le somiglianze e le differenze tra i paesi, e si discute sul perché queste regole sono necessarie, portando a una serie più ampia di attività riguardanti ciò che è buono e ciò che è cattivo nei media, quale pubblicità è presente nei programmi o nelle app che gli alunni guardano, qual è il contenuto delle pubblicità e cosa esattamente stanno cercando di vendere. Un'attività successiva potrebbe essere quella di progettare un poster condiviso sulle somiglianze fra le regole, utilizzando le bandiere dei singoli paesi per mostrare le differenze. Questa attività può essere uno stimolo a riflettere sui terreni comuni e sulle divergenze culturali. Si possono inoltre realizzare poster con le pubblicità di un programma o di un'app, evidenziando

come abbiano lo scopo di invogliare una persona a comprare il prodotto. Questi poster possono essere usati a scuola, ma anche condivisi con i genitori per essere usati a casa.



I ragazzi dagli 11 ai 14 anni frequentano probabilmente da anni i social media, esposti a pettegolezzi, comportamenti scorretti e disinformazione, e hanno trovato il modo di filtrare da soli quei contenuti in modo che non condizionino troppo la loro vita. Tuttavia, devono ricordare cosa è accettabile e imparare a distinguere ciò che è vero da ciò che è falso.

CAPIRE LA DIFFERENZA FRA BUONO E CATTIVO, FRA VERO E FALSO ONLINE

Competenze chiave:

Comunicazione e collaborazione, benessere sociale, problem solving

Materie:

Informatica, studi sociali, sicurezza digitale, alfabetizzazione mediatica, arte

Descrizione:

In questa attività gli studenti imparano a risolvere diversi problemi online. Ogni paese partner sviluppa uno scenario video su situazioni che accadono online: giocare, parlare con estranei, problemi con il computer, ecc. e/o crea una notizia basata su informazioni false. Lo scenario è tagliato in due metà: il partner A filmerà la prima e il partner B la seconda. I video devono basarsi più sulle immagini che sulle parole.

I filmati vengono poi montati insieme e gli insegnanti guardando il video con gli studenti, discutendone poi il contenuto. Analizzano inoltre ciò che pensano significhi, come ci si dovrebbe comportare in queste situazioni e imparano le tecniche per discernere la verità dalla finzione. Si possono anche discutere le diverse interpretazioni delle situazioni da due punti di vista per scoprire come gli studenti hanno interpretato la scena. In seguito si possono discutere le soluzioni comuni e, per il report del progetto, si possono mettere per iscritto i punti principali.

GARA DI FALSIFICAZIONE

Competenze chiave:

Comunicazione e collaborazione, benessere sociale, problem solving

Materie:

Informatica, studi sociali, sicurezza digitale, alfabetizzazione mediatica, arte

Descrizione:

Ogni giorno, gli studenti si confrontano con innumerevoli immagini e video che sono stati modificati o alterati digitalmente. Dai semplici filtri di Snapchat ai brevi video ironici e spensierati di TikTok, è chiaro che i giovani sono abbastanza esperti quando si tratta di consumare - e creare - media manipolati. E per molti versi, vedere contenuti alterati fa parte del mondo online di oggi. Ma i tuoi studenti sono consapevoli della disinformazione online, o ci hanno riflettuto a fondo? La tecnologia sta avanzando rapidamente, e secondo gli esperti alcuni di questi falsi saranno presto quasi impercettibili all'occhio umano. In questa attività, agli studenti viene presentato il concetto di falsificazione. La prima cosa che viene

chiesta agli studenti è di fare questo quiz: <http://bit.ly/game-realpictures>. Poi si discute in classe su quanto sia facile falsificare le immagini e gli studenti iniziano a creare una galleria di immagini vere e false. Usando uno strumento di quiz online come Kahoot, possono poi creare una sfida per le loro scuole partner. La discussione potrebbe proseguire chiedendo agli studenti come si sono sentiti, cosa hanno imparato, cosa pensano ora delle foto che vedono ogni giorno.



I giovani tra i 16 e i 18 anni sono un target per molti gruppi diversi: pubblicitari, politici, estremisti, ecc. Le notizie false si concentrano anche sull'influenza sociale dei giovani di questa età, fornendo contenuti più smart. L'obiettivo è quello di influenzare le loro opinioni politiche, i loro punti di vista su questioni attuali come il diritto a un pianeta pulito e a una buona istruzione. Più lo studente è consapevole, meno è probabile che cada preda di idee false. Tuttavia è della massima importanza educare tutti i giovani in questo ambito, poiché sono i futuri elettori, e sono soggetti alla manipolazione fin dalla più tenera età.

PRIMA E DOPO: SFIDA DI MANIPOLAZIONE DELLE FOTO

Competenze chiave: Creare e manipolare i contenuti digitali, alfabetizzazione digitale

Materie:

Arte, informatica, educazione mediale, psicologia

Descrizione:

Durante questa attività, gli studenti imparano a usare strumenti di progettazione e a sviluppare contenuti per insegnare la sicurezza digitale. Ogni partner insegna ai propri studenti come scattare foto (luoghi diversi, angolazione, usando il green screen o altro) e come manipolarle (ad esempio, cambiare lo sfondo, spostare gli oggetti, ecc.). Si può sviluppare un test in cui vengono mostrate le manipolazioni scelte e ognuno deve valutare se la foto è falsa o no e, se falsa, cosa è stato manipolato. Gli studenti possono discutere online sul tema: "Come individuare un falso?" e sviluppare linee guida condivise per individuarne uno. A questo punto si dovrebbero introdurre i concetti e la tecnologia che circondano lo sviluppo di Deep Fake.

SCOVARE LE BUGIE IN RETE SUL COVID-19

Competenze chiave:

Alfabetizzazione mediatica e digitale, giudicare contenuti rilevanti, analizzare la disinformazione, benessere

Materie:

Arte, informatica, educazione mediale, psicologia, ambiente, educazione alla salute

Descrizione:

Prendendo come punto di partenza la pandemia di COVID-19, gli studenti imparano ad analizzare e distinguere le fake news e i contenuti falsi dai contenuti affidabili, e i siti affidabili per le notizie e le informazioni relative al COVID-19.

Ogni paese trova e valuta contenuti nazionali, informazioni condivise tramite i social media, ecc. sul tema del COVID-19; contenuti in lingua inglese (immagini, diagrammi, video, notizie, linee guida) sempre sul tema del COVID-19.

Ogni paese sviluppa un quiz per i propri partner con domande volte a determinare cosa è vero e cosa è falso nelle informazioni raccolte. L'analisi dei risultati del quiz mette in evidenza le debolezze e i punti di forza nel rilevare accuratamente la disinformazione in rete, portando a una discussione più profonda sul perché viene pubblicata e perché la gente ci crede. In questa attività possono essere coinvolti esperti di vari settori, giornalismo, pubblicità, ecc. per spiegare il processo e come denunciare contenuti falsi online.

Può essere pubblicato un rapporto/ infografica con linee guida su come individuare la disinformazione sul COVID-19 che cattura l'attenzione degli adolescenti.

Conclusioni



Come abbiamo visto nell'introduzione a questo libro, l'alfabetizzazione mediatica comprende molti aspetti, dalla parola stampata, alla pubblicità in tutte le sue forme, a tutti i media presentati online, alla nostra interazione sociale con gli altri.

In un mondo dominato da Internet, dove le nostre interazioni quotidiane avvengono sempre di più online, con i servizi pubblici, le banche, i servizi di informazione, i nostri sbocchi sociali e persino i nostri acquisti, tutti effettuati online, **la consapevolezza dei media e la sicurezza digitale stanno diventando sempre più importanti**. Durante la pandemia di COVID-19 molte cose sono cambiate: tutte le scuole e la maggior parte dei posti di lavoro sono dovuti passare all'istruzione e al lavoro da casa ed è diventato evidente che **la nostra dipendenza da Internet è aumentata**. Anche la nostra dipendenza da tutte le forme di media per le notizie è aumentata, e lo stesso vale per la diffusione di informazioni false in tutti i canali mediatici.

Nell'UE, il **Quadro delle competenze digitali 2.0 della Commissione europea** è una serie di linee guida su ciò che ogni cittadino dell'UE dovrebbe sapere sulla alfabetizzazione mediatica e la sicurezza digitale:

come consumiamo e comprendiamo le informazioni, come interagiamo con gli altri online, quali contenuti sviluppiamo e come li pubblichiamo in modo sicuro, come usiamo in modo sicuro i nostri dispositivi, condividiamo i dati e usiamo le risorse in modo da non essere un peso per l'ambiente, così come risolviamo i problemi. Ciò implica che ogni cittadino dell'UE deve essere **mediaticamente alfabetizzato, capace di distinguere il vero dal falso e sapere sin dalla più tenera età cosa significa sicurezza digitale**. In Europa, siamo protetti da direttive UE come il **Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR)** ma il crescente impatto sociale dei crimini informatici, il bisogno di professionisti della sicurezza informatica e di cittadini consapevoli del digitale sta aumentando rapidamente. L'intera gamma di iniziative europee per promuovere la consapevolezza digitale è stata ben descritta nel Capitolo 2.

Attualmente, una delle principali minacce alla nostra democrazia

è la tendenza crescente della **misinformazione** e della deliberata **disinformazione**. La prima scaturisce da fatti capiti solo parzialmente e trasformati in qualcosa di sensato, un po' come il gioco del telefono; la seconda è un tentativo intenzionale di distorcere la realtà per un altro fine. In entrambi i casi è importante – oggi più che mai – che le persone, e in particolare i giovani, apprendano a **discernere il vero dal falso**. Il Capitolo 3 si occupa dell'uso storico e attuale della manipolazione dei media e delle sue conseguenze.

Sviluppare queste abilità non è un compito facile, poiché molto è legato a come ci vediamo e a come vogliamo essere visti. In un'epoca di social media, dove la gente ha bisogno di raccogliere "mi piace", è più facile diffondere una bugia. **Spesso, il falso è più entusiasmante del vero, e più interessante da condividere con gli amici**. Al giorno d'oggi, la verità assoluta è poca: più scienziati e ricercatori imparano sul mondo, più domande sorgono, e quindi la verità è lunga e complicata. Ma alla gente piacciono le storie semplici, brevi ed eccitanti. Così le bugie viaggiano sempre più velocemente.

Come educatori dobbiamo sapere come funzionano i media per aiutare i nostri studenti a sviluppare la loro armatura. Dobbiamo capire le pratiche seduttive della pubblicità, il linguaggio della retorica e le motivazioni dietro la disinformazione in politica,

scienza, propaganda e notizie false. Dobbiamo insegnare ai nostri studenti a non prendere tutto per oro colato, a controllare le fonti, le motivazioni e il linguaggio. Allo stesso tempo, dobbiamo costruire in loro le basi della fiducia. Di chi possono fidarsi? Di quali fonti possono fidarsi? Come possono costruire la fiducia nelle proprie informazioni e nella propria integrità? La comunità eTwinning può certamente aiutare, poiché è **fondata sul concetto di fiducia**. Gli insegnanti eTwinning si fidano l'uno dell'altro per lavorare nel miglior modo possibile al fine di educare i loro studenti. Questi studenti a loro volta imparano a fidarsi dei loro insegnanti e dei loro coetanei in tutta Europa per collaborare ai progetti. Insieme possono mettere insieme strumenti e attività di ricerca e informazione accurate, possono essere una forza di verità. Tuttavia, la strada per educare la gente a essere consapevole è lunga, e i trucchi della disinformazione diventano sempre più sofisticati.

Abbiamo iniziato bene e continueremo a lavorare con gli insegnanti d'Europa per sviluppare una coorte ben istruita e consapevole di giovani cittadini europei di domani.

Appendice 1

Materiali per sviluppare l'alfabetizzazione mediatica: una selezione curata da Lie Detectors

Questa sezione include tre tipi di materiali:

1. Materiali di Lie Detectors per il lavoro in aula
2. Letture di approfondimento e risorse online
3. Organizzazioni che si occupano di fact-checking

1. Materiali di Lie Detectors per il lavoro in aula

Fogli di lavoro di Lie Detectors per ragazzi dai 10 ai 16 anni: post virali, video e immagini, con soluzioni.

Nota: questa selezione è a tema Coronavirus. Temi alternativi disponibili su richiesta

- Lie Detectors News Challenge 1 – Catena su WhatsApp [EN](#) [DE](#) [FR](#)
- Lie Detectors foglio soluzioni 1 – Catena su WhatsApp [EN](#) [DE](#) [FR](#)
- Lie Detectors News Challenge 2 – Smascherare le notizie video [EN](#) [DE](#) [FR](#)
- Lie Detectors foglio soluzioni 2 – Smascherare le notizie video [EN](#) [DE](#) [FR](#)
- Lie Detectors News Challenge 3 – Controllare le immagini [EN](#) [DE](#) [FR](#)
- Lie Detectors foglio soluzioni 3 – Controllare le immagini [EN](#) [DE](#) [FR](#)

Fogli di lavoro di Lie Detectors per gruppi di livello avanzato e insegnanti

Nota: questo esercizio è incentrato sulla disinformazione sul tema dei rifugiati e contiene istruzioni per l'utilizzo da parte degli insegnanti

- Lie Detectors News Challenge 4 – Fuochi artificiali di Capodanno e chiesa in fiamme [EN](#) [DE](#) [FR](#)

2. Letture di approfondimento e risorse online

Manuali e curricula

- Lewandowsky, S., & Cook, J. (2020). The Conspiracy Theory Handbook
 - [Inglese](#) - [Ungherese](#)
 - [Francese](#) - [Italiano](#)
 - [Tedesco](#) - [Portoghese](#)
 - [Ceco](#) - [Spagnolo](#)
 - [Greco](#) - [Altre lingue non UE disponibili qui](#)
- Cook, J., Lewandowsky, S. (2011), The Debunking Handbook. St. Lucia, Australia: University of Queensland.
 - [Tedesco](#) - [Portoghese](#) - [Altre lingue non UE disponibili qui](#)
 - [Inglese](#) - [Svedese](#)
 - [Italiano](#) - [Rumeno](#)
 - [Ceco](#) - [Spagnolo](#)
- UNESCO MIL Curriculum Framework for Teachers
 - [Raccolta di risorse MIL per insegnanti, in diverse lingue](#) (ricerca disponibile per lingua e materia insegnata)

Introduzione all'alfabetizzazione mediatica e giornalistica

Checklist della International Federation of Library Associations (IFLA) "Riconoscere le fake news"

- [Spagnolo](#) - [Inglese](#) - [Polacco](#)
- [Francese](#) - [Estone](#) - [Portoghese](#)
- [Tedesco](#) - [Finlandese](#) - [Rumeno](#)
- [Bulgaro](#) - [Greco](#) - [Slovacco](#)
- [Croato](#) - [Ungherese](#) - [Sloveno](#)
- [Ceco](#) - [Italiano](#) - [Svedese](#)
- [Danese](#) - [Lettone](#) - [Altre lingue non UE](#)
- [Olandese](#) - [Lituano](#)

Checklist EAVI, "Non soltanto fake news"

- [Inglese](#)
- [Italiano](#)
- [Svedese](#)
- [Olandese](#)
- [Polacco](#)
- [Altre lingue non UE](#)
- [Francese](#)
- [Portoghese](#)
- [Greco](#)
- [Rumeno](#)
- [Tedesco](#)
- [Spagnolo](#)

Checklist First Draft

- [7 tipi di misinformazione e disinformazione \(EN\)](#)

Giochi e introduzioni all'alfabetizzazione mediatica

- Video introduttivi in inglese:
 - TED: [Eli Pariser – Beware online “filter bubbles”](#)
 - McGill University: [McGill Science Literacy Video](#)
- Giochi in inglese:
 - BBC: [BBCI Reporter](#)
 - American University Game Lab: [Factitious \(Pandemic edition\)](#)
- Video introduttivi in francese
 - TED: [Eli Pariser nous met en garde contre les bulles de filtres en ligne](#)
 - CLEMI: [D'où vient l'info? par François Lamoureux](#)
 - France TV education: [Qu'est-ce qu'un journaliste?](#)
- Giochi in francese:
 - Libération: [P'tit Libé dans la jungle de l'information](#)
 - Médias animation ASBL: [Théories du complot, ressorts et mécanismes](#)
- Video introduttivi in tedesco
 - TED: [Eli Pariser – Vorsicht vor “Filter-Blasen” im Internet](#)
 - Klickwinkel: [Algorithmen – Die Social-Media-Infofilter](#)
 - Klickwinkel: [Fake News & warum sie sich verbreiten](#)
 - NDR: [“Fake News” – Macher packt aus –](#)
 - Klickwinkel: [News oder Fake News – Schon gecheckt?](#)
- Giochi in tedesco:
 - Saferinternet.at: [Fake News Bingo](#)
 - Handysektor: [Fakt oder Fake](#)

- Get Bad News by DROG – disponibile in più lingue

- [Inglese](#)
- [Ceco](#)
- [Olandese](#)
- [Tedesco](#)
- [Greco](#)
- [Esperanto](#)
- [Polacco](#)
- [Portoghese](#)
- [Rumeno](#)
- [Serbo](#)
- [Sloveno](#)
- [Svedese](#)
- [Bosniaco](#)
- [Moldavo](#)

3. Organizzazioni che si occupano di fact-checking

CROAZIA:

- [Faktograf](#)

FRANCIA:

- [Checknews](#)
- [Les Décodeurs](#)
- [Le Vrai du Faux](#)
- [CrossCheck](#)
- [Fake Off](#)
- [Factuel](#)
- [Les Observateurs](#)
- [Lui Président](#)

GERMANIA:

- [FaktenFinder](#)
- [HOAXmap](#)

GRECIA:

- [Ellinika Hoaxes](#)

ITALIA:

- [Lavoce](#)
- [Pagella Politica](#)

NORVEGIA:

- [Faktisk](#)

PORTOGALLO:

- [Polígrafo](#)

SPAGNA:

- [Newtral](#)
- [Maldita](#)

SVEZIA:

- [Dagens Nyheter](#)

CANADA:

- [Polimeter](#)
- [FactsCan](#)
- [Détecteur de rumeurs](#)

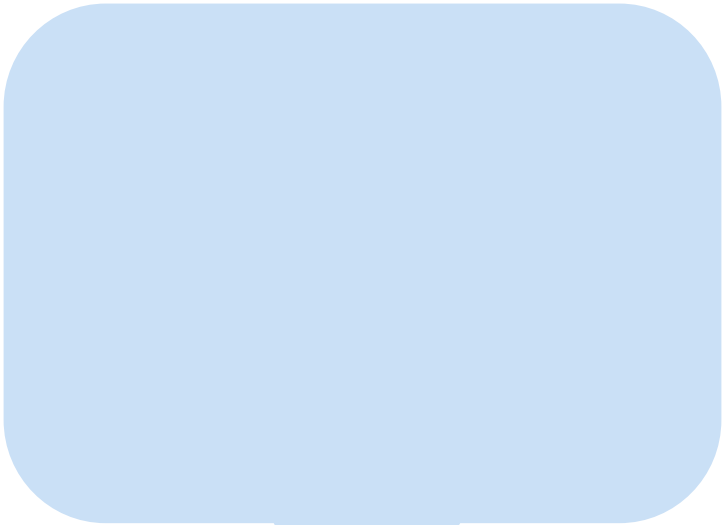
REGNO UNITO:

- [FactCheck](#)
- [The Guardian Reality check](#)
- [BBC Reality check](#)
- [Full fact](#)

USA:

- [Politifact](#)
- [FlackCheck](#)
- [OpenSecrets](#)
- [Washington Post fact checker](#)
- [Media Matters](#)





Per mettersi in contatto con l'UE

DI PERSONA

In tutta Europa ci sono centinaia di centri informativi UE locali.

Per trovare l'indirizzo del centro più vicino a te, consulta: europa.eu/contact

AL TELEFONO O VIA EMAIL

Europe Direct è un servizio che risponde alle tue domande sull'Unione europea. Puoi contattare questo servizio:

- tramite il numero verde: 00 800 6 7 8 9 10 11 (alcuni operatori potrebbero applicare una tariffa per la chiamata),
- al seguente numero telefonico (linea standard): +32 22999696, or
- per posta elettronica: europa.eu/contact

Per trovare informazioni sull'UE

ONLINE

Sul sito Europa sono disponibili informazioni in tutte le lingue ufficiali dell'Unione europea: europa.eu

PUBBLICAZIONI UE

Puoi scaricare o ordinare le pubblicazioni gratuite e/o a pagamento dell'UE dalla libreria:

<http://bookshop.europa.eu>. Per ricevere più copie delle pubblicazioni gratuite, contatta Europe Direct o il centro informativo più vicino a te (vedi <http://europa.eu/contact>).

LEGISLAZIONE UE E RELATIVI DOCUMENTI

Per accedere alle informazioni legali dell'UE, comprese tutte le leggi promulgate dall'UE dal 1951 in tutte le lingue ufficiali, visita EUR-Lex: <http://eur-lex.europa.eu>

OPEN DATA UE

Il Portale EU Open Data (<http://data.europa.eu/euodp/en/data>) fornisce accesso ai dati dell'UE che possono essere scaricati e riutilizzati gratuitamente, per scopi commerciali e non.

Contattaci

Per maggiori informazioni su eTwinning, consulta il nostro sito web:

www.etwinning.net

Se hai domande su eTwinning, scrivici:

eacea-eplus-etwinning@ec.europa.eu

Negli ultimi 17 anni, eTwinning ha subito una profonda trasformazione. Nato come iniziativa dal basso, è diventato un'attiva community per le scuole che, dal suo lancio, ha visto la partecipazione di oltre 937.000 insegnanti di più di 217.000 scuole in 43 paesi. Finanziato dalla Commissione europea nell'ambito del programma Erasmus+, eTwinning offre una piattaforma digitale sicura, in cui gli insegnanti svolgono diverse attività: dalla progettazione e implementazione di progetti di collaborazione europei al networking, dalla partecipazione a Gruppi virtuali allo sviluppo professionale e all'apprendimento tra pari.

Attraverso la sua piattaforma disponibile in 30 lingue, eTwinning fornisce un'ampia gamma di risorse e opportunità di apprendimento per gli insegnanti. Indicativamente, gli argomenti di queste risorse includono i vantaggi di partecipare a eTwinning, le competenze del 21° secolo, l'uso delle TIC nell'istruzione, kit per progetti per lasciarsi ispirare e guidare. Gli insegnanti registrati hanno accesso a eTwinning Live, un'area riservata della piattaforma con altre funzioni avanzate e opportunità della community eTwinning. Gli insegnanti possono inoltre partecipare ad attività di sviluppo professionale che vengono offerte a livello nazionale e sono incentrate sulla promozione delle loro competenze pedagogiche, collaborative e digitali.

A livello europeo, eTwinning è coordinato – per conto della Commissione europea – dall'Unità europea eTwinning (CES) gestita da European Schoolnet, un consorzio di 32 Ministeri dell'Istruzione. A livello nazionale, le Organizzazioni di supporto nazionale (NSO) promuovono eTwinning offrendo una serie di attività di comunicazione e apprendimento, oltre che guida e supporto per gli utenti finali.

