

Politica e media

Struttura dei materiali didattici «3. Fake news» e «4. Fenomeni nei social media».

Analisi del tema

In questa sezione, l'insegnante riceve tutte le informazioni necessarie sul contenuto del tema. In questo modo è possibile costruire una solida conoscenza da trasmettere alle allieve e agli allievi. Questa sezione comprende anche le spiegazioni già disponibili all'interno del lessico easyvote. Il [lessico](#) viene costantemente arricchito di nuovi termini.

Articolazione in varie fasi

Lo svolgimento della lezione è suddiviso in tre fasi: introduzione, parte principale e conclusione. L'introduzione è orientata al preconconcetto. Qui è possibile stabilire cosa le allieve e gli allievi già conoscono per poter poi strutturare il resto della lezione. Nella parte principale si sviluppa l'argomento centrale del materiale didattico. Nella conclusione, si ha la possibilità di concludere l'argomento trattato in modo esaustivo nell'ambito della lezione tenutasi, oppure di stabilire collegamenti con altre materie (trasferimento di conoscenze).

Pianificazione dello svolgimento in blocchi

I nuovi materiali didattici consentono una pianificazione flessibile ma comunque strutturata delle lezioni. Ciò significa che per ogni fase è possibile decidere liberamente quale sequenza didattica utilizzare. Tutte le sequenze didattiche sono progettate in modo da poter essere facilmente combinate tra loro.





Analisi del tema

Fake News e fenomemi nei social media

Cosa sono le fake news?

Le fake news sono notizie false che si possono trovare sui media tradizionali, ma soprattutto sui social media. Grazie al loro carattere manipolativo, le fake news possono influenzare le opinioni e i punti di vista della popolazione. Ciò diventa particolarmente problematico per le questioni politiche e sociali. Questo termine viene sempre più spesso utilizzato in politica per riferirsi ad altre opinioni e quindi invalidarle. Per questo è importante che le allieve e gli allievi imparino a verificare e a mettere in discussione le proprie fonti.

Come riconoscere le fake news? Come gestirle?

Verifica delle fonti:

- Da chi proviene l'informazione? Chi ha scritto o creato il contributo? Sono indicate le fonti?
- Chi ha pubblicato il contributo?
- Quali punti di vista si nascondono dietro l'informazione?
- C'è una sigla editoriale?

Verifica dei fatti:

- Il contributo è aggiornato?
- Le fonti indicate riportano la stessa informazione?
- La stessa informazione può essere confermata anche in altre fonti?

Verifica dei gruppi target:

- A chi è rivolto il messaggio?
- Quanta pubblicità c'è nella pagina?

Verifica dell'URL:

- Che aspetto ha la pagina?
- Qual è l'URL?

Nota: anche l'indirizzo web può confondere essendo simile a quello della pagina originale, ad esempio www.sri.ch invece di www.rsi.ch.

Quali sono i fenomeni legati alle fake news?

Le **bolle di filtraggio** (in inglese filter bubble) si verificano nei social media. Ovvero le persone vedono solo ciò che piace loro e rispecchia loro stessi. La stessa piattaforma può suggerire a due persone contenuti completamente diversi. Questo si basa su un algoritmo che filtra le informazioni. Seguendo i contenuti e mettendo mi piace ai post, forniamo all'algoritmo le informazioni necessarie per creare una bolla di filtraggio. Quando si creano bolle di filtraggio, c'è il rischio che le utenti e gli utenti si formino opinioni unilaterali su un argomento. Quei contenuti che metterebbero in discussione le proprie opinioni vengono filtrati direttamente. Se le utenti e gli utenti non agiscono attivamente contro la bolla di filtraggio, si possono sviluppare le cosiddette camere d'eco.

Le **camere d'eco** (in inglese echo chamber) formano un contesto sociale sui social media in cui le proprie opinioni s'imbattono nell'approvazione delle altre utenti e degli altri utenti. In una camera d'eco, le proprie opinioni sono visibili solo dalle persone che la pensano allo stesso modo, pertanto non c'è confronto con altri punti di vista. Di conseguenza, la propria opinione si rafforza ancora di più sulla base di questa approvazione.

Qual è la differenza tra bolla di filtraggio e camera d'eco? Le bolle di filtraggio si verificano quando l'algoritmo dei social media seleziona autonomamente determinati contenuti per le utenti e gli utenti. Le camere d'eco, invece, non sono create da un algoritmo, bensì dalla comunicazione con persone che la pensano allo stesso modo. Tuttavia, i due fenomeni si verificano spesso in parallelo, motivo per cui vengono spesso utilizzati come sinonimi.

I **social bot** simulano le persone nei social media. Si tratta di profili artificiali, dietro i quali non ci sono utenti umani. I social bot vengono creati sulla base di determinati algoritmi. Nella maggior parte dei casi, vengono utilizzati per le relazioni pubbliche, per il marketing o spesso anche per la propaganda politica.

Gli acchiappa clic (in inglese clickbaiting) mirano ad attirare l'attenzione delle utenti e degli utenti attraverso titoli e immagini esagerate, incoraggiandoli così a visualizzare un determinato contenuto.

Una **teoria del complotto** è una teoria che rifiuta la spiegazione tradizionale di un evento. Si presuppone piuttosto che un gruppo o un'organizzazione occulta sia responsabile del verificarsi del dato evento.

Con **phishing** ci si riferisce all'invio di falsi messaggi di posta elettronica, brevi messaggi o persino siti web progettati per ingannare le persone e farle cadere in una truffa. Il termine phishing è composto dalle parole inglesi "fishing" e "password". In altre parole, è il pescaggio di password. Lo scopo è quello di rubare da un conto o di commettere un furto d'identità.

Lo **scamming**, che tradotto significa "ingannare", consiste in varie truffe da parte di criminali che abusano della fiducia di altre persone. Ad esempio, chiedono alle persone di trasferire denaro fingendo di essere un'organizzazione seria e affidabile.

Il termine **hacker** viene spesso utilizzato dai mass media per descrivere le persone che s'infiltrano nei sistemi altrui senza autorizzazione. Tuttavia, si riferisce anche a quelle persone che individuano lacune nella sicurezza e cercano di correggerle.

Una **manipolazione** avviene quando qualcuno cerca di influenzare gli altri a fare o non fare qualcosa. Questa persona può mirare ad influenzare i sentimenti e le azioni delle persone coinvolte.

Gli **algoritmi** trasformano i dati e vengono impiegati per la risoluzione di problemi. Perché ciò avvenga devono essere eseguite determinate azioni in un certo ordine. Gli algoritmi vengono impiegati, ad esempio, nei motori di ricerca online. L'algoritmo decide quali pagine vengono visualizzate per prime in base a criteri ben definiti. Gli algoritmi sono anche responsabili di ciò che vediamo sui social media e di quali post dei nostri amici vediamo per primi. Gli algoritmi si aggiornano costantemente.



Il termine **deepfake** si riferisce a video, audio e foto manipolati. Utilizzando l'intelligenza artificiale, un volto insieme anche alla voce ad esso associata possono essere utilizzati per la divulgazione delle proprie idee. Questo viene spesso utilizzato sui social media come Snapchat a scopo d'intrattenimento. Questo fenomeno diventa problematico nel momento in cui i deepfake vengono usati per diffondere informazioni false. I deepfake possono apparire molto realistici.

Libertà di opinione significa che ogni persona in Svizzera ha il diritto di formarsi un'opinione personale e di esprimerla liberamente. Per formarsi un'opinione, ogni persona ha il diritto di attingere informazioni da varie fonti e di diffonderle (cfr. Costituzione federale, art. 16).