



Co-funded by
the European Union

MEDEA

DEVELOPING MEDIA LITERACY TO DEBUNK GENDER-RELATED MEDIA
MANIPULATION AND FAKE NEWS



**TRAINING
TOOLKIT**

PROJECT N. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248



ZONTA
CLUB OF
JELGAVA



NOVOSADSKA
NOVINARSKA
SKOLA





Co-funded by
the European Union



SOMMARIO

1. Modulo 1 - Comprendere il pensiero critico di meta-livello
 2. Modulo 2 - Tecniche di fact-checking e verifica delle informazioni
 3. Modulo 3 - VGFT Violenza di genere causata dalla tecnologia
 4. Modulo 4 - VGFT- Come prevenirla e combatterla
 5. Modulo 5 - Comprendere la costruzione dei media
 6. Modulo 6 - Il consumo dei media e il suo impatto sulla percezione
-

finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

Autori

MARZO 2025 – Skill Up srl

La presente pubblicazione è stata realizzata con il supporto finanziario della Commissione Europea nell'ambito del programma Erasmus+, Progetto "Medea. Developing Media Literacy to debunk gender-related media manipulation and fake news", n. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248.

Distribuzione – Condividi allo stesso modo



CC BY-SA: Sei libero di copiare e ridistribuire il materiale in qualsiasi formato o mezzo, nonché di remixare, trasformare e basarti su di esso per qualsiasi scopo, anche commerciale. Il licenziante non può revocare questi diritti fintanto che vengono rispettate le seguenti condizioni:

È necessario attribuire la paternità dell'opera nei modi indicati dall'autore o da chi ha dato l'opera in licenza (ma non in modo da suggerire che essi avallino te o l'uso che fai dell'opera).

Se fai modifiche, trasformi o ti basi sul materiale, devi distribuire i tuoi contributi con la stessa licenza dell'originale.

Non puoi applicare termini legali o misure tecnologiche che restringano legalmente altri dal fare ciò che la licenza consente.

Modulo 5

Comprendere la costruzione dei media

Novi Sad School of
Journalism



PROJECT N. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248



Co-funded by
the European Union



SOMMARIO

1. INTRODUZIONE ALLA PRODUZIONE MEDIATICA

2. DIAMO UN'OCCHIATA ALLE NOTIZIE

3. MODULO DI FORMAZIONE

4. CONCLUSIONI





Co-funded by
the European Union



MEDEA

Comprendere la costruzione dei media

Nel corso della storia, i media hanno svolto un ruolo centrale nel plasmare le società, trasmettere la conoscenza e influenzare l'opinione pubblica. Dalle prime forme di comunicazione, come la narrazione orale e le pitture rupestri, alle complesse reti digitali odierne, i media si sono evoluti costantemente, adattandosi ai progressi tecnologici e alle esigenze della società.

Ogni epoca ha introdotto nuovi modi di distribuire le informazioni, trasformando il modo in cui le persone interagiscono con il mondo che le circonda. Nelle civiltà antiche, i media esistevano principalmente sotto forma di parola parlata, iscrizioni e manoscritti, consentendo a governanti, leader religiosi e studiosi di preservare e trasmettere narrazioni culturali, leggi e credenze. Con l'invenzione della stampa nel XV secolo, la conoscenza scritta divenne ampiamente accessibile, rivoluzionando la diffusione delle idee e contribuendo a importanti cambiamenti sociali come la Riforma e l'Illuminismo. Libri, opuscoli e giornali stampati consentirono la diffusione di informazioni su una scala senza precedenti, promuovendo l'alfabetizzazione e il dibattito pubblico.

Il XIX e l'inizio del XX secolo videro l'affermarsi dei mass media attraverso i giornali, la fotografia e, più tardi, la radio e il cinema. Queste nuove tecnologie consentirono una comunicazione più rapida e immediata, raggiungendo un pubblico più vasto e rendendo notizie, intrattenimento e messaggi politici più accessibili al pubblico. L'introduzione della televisione a metà del XX secolo trasformò ulteriormente il consumo dei media, creando una cultura della narrazione visiva che divenne la modalità dominante di comunicazione di massa. Notizie televisive, discorsi politici e pubblicità iniziarono a plasmare la percezione del pubblico su una scala mai prima possibile, rafforzando il potere dei media come strumento sia di informazione che di persuasione.

Con l'avvento di Internet e della comunicazione digitale tra la fine del XX e l'inizio del XXI secolo, i media sono entrati in una nuova fase di interattività e personalizzazione. Il tradizionale modello centralizzato di diffusione delle informazioni, in cui giornali e reti televisive controllavano il flusso di notizie, ha lasciato il posto a piattaforme decentralizzate e partecipative. L'avvento dei social media, dei servizi di streaming e della distribuzione di contenuti basata su algoritmi ha profondamente cambiato il modo in cui le persone consumano e interagiscono con i media. Le informazioni sono ora istantanee, personalizzate in base alle preferenze individuali e disponibili in qualsiasi momento, il che ha portato a nuove forme di abitudini mediatiche che enfatizzano velocità, contenuti brevi e coinvolgimento costante.



Questa trasformazione non ha solo rimodellato il modo in cui si accede alle informazioni, ma ha anche influenzato il pensiero critico e il modo in cui le persone percepiscono la realtà. Con il passaggio dei formati mediatici da un coinvolgimento approfondito e prolungato a esperienze rapide, guidate dalle immagini e altamente interattive, anche la profondità dell'elaborazione delle informazioni è cambiata. L'evoluzione dei media continua a ridefinire il discorso pubblico, le dinamiche sociali e persino le strutture politiche, rafforzando il suo ruolo come una delle forze più potenti nel plasmare il pensiero e il comportamento umano. La digitalizzazione ha ampliato i canali mediatici a tal punto che gli individui sono costantemente bombardati da un'enorme quantità di messaggi, immagini e suoni. Questo afflusso travolgente di stimoli digitali non solo influenza la nostra fisiologia, ma sfida anche le nostre facoltà cognitive, in particolare il pensiero critico, il ragionamento e l'attenzione. Di fronte a flussi continui di informazioni, il nostro cervello tende a operare in uno stato di sovraccarico cognitivo, rendendo più difficile impegnarsi in un'analisi approfondita o in un pensiero riflessivo. Il ritmo rapido e la natura frammentata dei contenuti digitali possono portare a un'elaborazione più superficiale delle informazioni, in cui i giudizi affrettati sostituiscono il ragionamento accurato. Nel tempo, questo può ridurre la nostra capacità di analizzare i dettagli, mettere in discussione le fonti e valutare attentamente questioni complesse: competenze essenziali per un solido processo decisionale e una cittadinanza informata. Comprendere questi impatti cognitivi è fondamentale per sviluppare strategie efficaci di media literacy, che ci consentano di riprendere il controllo della nostra attenzione e migliorare la qualità del nostro coinvolgimento critico con i media.

L'alfabetizzazione mediatica si riferisce alla capacità di analizzare, valutare, creare e condividere criticamente contenuti multimediali con consapevolezza e intenzione. Significa saper porre le domande giuste: chi ha creato questo messaggio? Perché? Chi è il pubblico di riferimento? Quali valori vengono promossi? Cosa è stato omissivo?



Ad esempio, quando ci imbattiamo in un post sui social media che afferma che "gli scienziati hanno finalmente scoperto una cura per l'invecchiamento", una persona esperta di media non crederà immediatamente né condividerà il titolo sensazionalistico. Piuttosto, si chiederà: chi sono questi scienziati? Qual è la fonte delle informazioni? L'articolo fornisce prove o è progettato per provocare una reazione emotiva? Questo momento di interrogativo è ciò che distingue un cittadino informato da un consumatore passivo di media.

Per aiutarci a orientarci meglio nel mondo dell'informazione, l'alfabetizzazione mediatica si basa su diverse idee fondamentali che ne costituiscono il fondamento teorico:

- I messaggi dei media sono costruiti: non sono riflessi della realtà, ma interpretazioni di essa.
- Ogni messaggio utilizza forme e un linguaggio specifici per comunicare un significato.
- Le persone interpretano i contenuti dei media in modo diverso, in base al loro background e alla loro prospettiva.
- I media hanno scopi commerciali e politici.
- Tutti i messaggi contengono valori e ideologie.

L'alfabetizzazione mediatica ci fornisce le competenze per valutare criticamente e mettere in discussione le informazioni che consumiamo, permettendoci di riconoscere e superare i nostri pregiudizi intrinseci. Imparando come vengono costruiti i messaggi mediatici, identificando le tecniche utilizzate per plasmare le opinioni e comprendendo le intenzioni profonde dei creatori di contenuti, diventiamo consumatori più attenti. Questo approccio critico ci aiuta a individuare forme sottili di pregiudizio, che si manifestano attraverso rappresentazioni stereotipate, inquadramenti selettivi o narrazioni emotivamente cariche. Di conseguenza, l'alfabetizzazione mediatica ci consente di ricercare prospettive diverse, mettere in discussione i nostri preconcetti e partecipare a discussioni informate. In definitiva, promuove una visione più equilibrata del mondo, consentendoci di prendere decisioni basate su una comprensione più profonda piuttosto che su risposte riflessive e parziali.

Comprendere la costruzione dei media

Introduzione dell'argomento

In questa sessione esploreremo lo sviluppo dei media e il loro ruolo nella società. Attraverso una discussione guidata, i partecipanti rifletteranno anche sulle proprie abitudini mediatiche. Comprendere i media in sé è importante quanto comprendere come li consumiamo, soprattutto nell'attuale complessa società dell'informazione. La trasformazione dei media, insieme ai canali attraverso cui riceviamo i messaggi e all'evoluzione dei formati di comunicazione, influenza significativamente il modo in cui interagiamo con le informazioni. Questi cambiamenti plasmano il nostro pensiero critico, la capacità di attenzione e persino le nostre aspettative nei confronti dei media. Sorge una domanda cruciale: la nostra sensazione soggettiva di essere ben informati è davvero accurata o è solo un'illusione?

Nota per il formatore del workshop: incoraggiate i partecipanti a impegnarsi in una discussione aperta, sottolineando che non esistono risposte sbagliate. Ognuno parla per esperienza e, insieme, trarremo le conclusioni di questa sessione.

Materiali multimediali

Tempo necessario 60 minuti

Lavagna a fogli mobili, post-it, pochi pennarelli per scrivere

Materiali necessari

Preparate in anticipo i materiali su lavagne a fogli mobili, che i partecipanti compileranno in seguito durante la discussione. L'introduzione serve da promemoria e fornisce un quadro più ampio dell'argomento. Vi aiuterà a sentirvi più sicuri nel guidare la sessione.



Comprendere la costruzione dei media

Domanda

Nel corso della storia, i media hanno svolto un ruolo centrale nel plasmare le società, trasmettere la conoscenza e influenzare l'opinione pubblica. Dalle prime forme di comunicazione, come la narrazione orale e le pitture rupestri, alle complesse reti digitali odierne, i media si sono evoluti costantemente, adattandosi ai progressi tecnologici e alle esigenze della società.

Diamo un'occhiata alla cronologia e proviamo a capire come si sono evoluti i media, come venivano trasmessi i messaggi in passato e come appaiono oggi.

Nota per i formatori: Presentate ai partecipanti la cronologia precedentemente tracciata sulla lavagna a fogli mobili. Iniziate dai primi momenti e chiedete loro di collocare i diversi tipi di media o eventi mediatici al momento giusto.

Idea della linea temporale: 35.000 a.C., 776 a.C., 1960, 1884, 1876, 1902, 1927, 1969, 1991, 1994, 1996, 2004, 2006, 2007, 2010, 2011

Risposta

35.000 a.C. – Prime pitture rupestri conosciute – Prima narrazione visiva e comunicazione simbolica.

776 a.C. – Primi Giochi olimpici “registrati” – Conoscenza preservata attraverso la tradizione orale e la narrazione.

1876 – Alexander Graham Bell brevetta il telefono, fondamento della comunicazione personale e di massa basata sull'audio.

1902 – Primo segnale radio transatlantico (Marconi): inizia la comunicazione globale senza fili.

1927 – Prima trasmissione radiofonica pubblica e test televisivo transatlantico: inizio dei media audio e video in diretta.

1960 – Primo dibattito presidenziale televisivo negli Stati Uniti: la televisione inizia a plasmare la percezione politica.

1991 – Il World Wide Web diventa pubblico: inizia l'accesso di massa alle informazioni digitali.

1994 – Appare il primo banner pubblicitario online: inizio dell'economia della pubblicità digitale.

1996 – Google nasce come progetto di ricerca, aprendo la strada alla ricerca moderna e all'accesso alle informazioni.

2004 – Viene lanciato Facebook

2005 – Lancio di YouTube: la condivisione di video online trasforma la creazione e il consumo di contenuti.

2006 – Viene lanciato Twitter: nascono il microblogging e la comunicazione in tempo reale.

2007 – Viene lanciato il primo iPhone: i media mobili diventano centrali nella vita quotidiana.

2010 – Lancio di Instagram: ascesa dei media visivi, degli influencer e dello storytelling su dispositivi mobili.

2011 – Le proteste della Primavera araba amplificate dai social media: le piattaforme social vengono utilizzate per organizzare movimenti politici.

2011 – Viene lanciato Snapchat. Introduce contenuti effimeri e nuove tendenze nella comunicazione visiva.



Comprendere la costruzione dei media

2015 - Lancio di Periscope (app per lo streaming live): potenzia i contenuti video in diretta e il coinvolgimento del pubblico in tempo reale.

2016 - TikTok (lanciato a livello internazionale come Musical.ly) dà il via all'ascesa globale dell'intrattenimento video di breve durata generato dagli utenti.

2017 - Instagram lancia la funzione Storie: adotta il formato di Snapchat e le storie diventano il nuovo standard dei media.

2018 - La riservatezza dei dati e la manipolazione degli algoritmi entrano nel dibattito pubblico (scandalo Cambridge Analytica) - Evidenzia l'impatto dei media algoritmici e dell'uso dei dati nell'influenzare le opinioni.

2020 - Aumento massiccio del consumo di media a causa della pandemia di COVID-19. Le piattaforme di social media, streaming e videoconferenza (Zoom, TikTok, YouTube) registrano una crescita record.

2022 - L'app BeReal viene lanciata a livello globale. Contrasta i contenuti curati, incoraggiando la condivisione senza filtri.

2023 - Viene rilasciato Threads by Meta: un'app simile a Twitter introdotta come alternativa per le discussioni in tempo reale.

2024 - I contenuti generati dall'intelligenza artificiale diventano diffusi: le principali piattaforme iniziano a integrare strumenti di intelligenza artificiale generativa (come ChatGPT) nella ricerca e nella comunicazione.

Risposta

Domanda

Dopo aver completato la cronologia, chiedete ai partecipanti qual è l'impressione che abbiamo ora quando la guardiamo. Cosa possiamo dire della trasformazione dei media e del suo impatto sulla società umana?



Comprendere la costruzione dei media

Possiamo osservare che lo sviluppo dei media e dei canali di comunicazione segue spesso gli schemi delle rivoluzioni industriali nel corso della storia. Tuttavia, a differenza delle rivoluzioni industriali del XVIII e XIX secolo, non abbiamo più l'impressione che il ciclo dello sviluppo e dell'evoluzione tecnologica si interrompa mai veramente. I formati in cui i messaggi mediatici vengono inviati e ricevuti oggi sono significativamente diversi dai canali e dai messaggi con cui interagivamo solo dieci anni fa.

Risposta

Questo può essere visto come una strada a doppio senso: i media cambiano continuamente il loro formato, mentre allo stesso tempo le nostre abitudini e aspettative mediatiche evolvono. In risposta, i media si adattano ancora una volta, modellando i loro formati per allinearli alle tendenze del pubblico e ai modelli di coinvolgimento, creando un ciclo continuo di trasformazione. Come abbiamo potuto osservare l'evento che ha avuto luogo nel 1960 (il dibattito presidenziale) e poi osservare tutti gli eventi evidenziati dopo il 2011, abbiamo potuto concludere che l'enorme cambiamento e l'impatto sugli esseri umani quasi ogni aspetto della vita è in un certo senso spinto attraverso l'evoluzione dei media.

Se analizziamo le caratteristiche dei media nel tempo e li dividiamo in media tradizionali e digitali, possiamo osservare sia somiglianze che differenze. Dato il loro ruolo nella società, i media tradizionali e i nuovi media condividono tre somiglianze fondamentali:

1. **Informazione** - Sia i media tradizionali che quelli nuovi fungono da fonti di informazione. Forniscono accesso a notizie, intrattenimento, formazione e altri contenuti.
2. **Pubblicità** - Entrambi i tipi di media vengono utilizzati per promuovere prodotti, servizi, campagne politiche e altre forme di comunicazione pubblica.
3. **Influenza sociale** - Sia i media tradizionali che quelli nuovi hanno un impatto sociale significativo. Entrambi possono plasmare l'opinione pubblica, incoraggiare il dibattito e guidare il cambiamento sociale.

Domanda

Quali sarebbero le differenze?

Nota per il formatore: lasciate che i partecipanti discutano e parlino delle differenze già preparate su lavagne a fogli mobili o diapositive PPT con solo le caratteristiche in grassetto che troverete nella prossima sessione di "risposte" e spiegate oralmente in cosa consiste ogni categoria dopo che i partecipanti hanno terminato spiegando la loro comprensione di ciascuna categoria.



Comprendere la costruzione dei media

Quali sono le principali differenze?

1. **Formato e accessibilità** - I media tradizionali includono giornali, riviste, radio e televisione, mentre i nuovi media includono internet, social media, blog, podcast e altre piattaforme digitali. I nuovi media sono spesso accessibili da più dispositivi, inclusi computer, smartphone e tablet.

A differenza dei media tradizionali, che spesso richiedono di trovarsi in un luogo specifico per fruire di un contenuto (ad esempio, guardare la televisione comodamente seduti su una sedia), i nuovi media sono accessibili ovunque, che sia durante un picnic, al ristorante, a casa di un amico o persino al lavoro.

Anche i media tradizionali hanno limiti di spazio. Giornali e riviste sono limitati dal numero di pagine, mentre radio e televisione sono limitate dal tempo: un giorno dura solo 24 ore, il che limita la quantità di contenuti che possono essere trasmessi. Al contrario, i nuovi media non hanno tali restrizioni. Internet consente la pubblicazione di contenuti illimitati su vari canali e in molteplici formati.

2. **Interattività**: i nuovi media sono spesso più interattivi dei media tradizionali. Gli utenti possono commentare, condividere e partecipare alla creazione di contenuti, mentre i media tradizionali sono in genere una forma di comunicazione più passiva. Questo cambiamento ha modificato in modo significativo le nostre abitudini comunicative, consentendo alle persone di esprimere pubblicamente le proprie opinioni e di sentirsi parte del dialogo pubblico.

3. **Velocità e disponibilità in tempo reale**: i nuovi media consentono uno scambio rapido di informazioni in tempo reale, mentre i media tradizionali spesso riscontrano ritardi nella pubblicazione delle informazioni.

I media tradizionali sono limitati da spazio e tempo, con palinsesti predefiniti e strutturati per adattarsi ai vincoli di formato. Tuttavia, questo non significa che non saremo informati tempestivamente: a volte il ritardo è solo questione di minuti o ore.

I nuovi media, d'altra parte, consentono risposte quasi istantanee agli eventi sociali. Se da un lato questo offre vantaggi, dall'altro presenta anche dei rischi, poiché la velocità di informazione può talvolta portare a informazioni non sufficientemente verificate.

La velocità e l'accessibilità dei nuovi media hanno influenzato anche il formato dei contenuti. I messaggi sono spesso più brevi e concisi, influenzando la nostra capacità di attenzione e le nostre aspettative. Oggi pretendiamo informazioni immediate e, a dire il vero, spesso dedichiamo solo pochi secondi o minuti alla loro fruizione.

Ci sono anche **“Costi e accessibilità”, “Censura e controllo”, “Misurazione e monitoraggio dell'audience”**, ecc.

Queste non sono le uniche differenze e, con l'evoluzione della tecnologia, continueranno a emergere nuovi vantaggi e nuove sfide. Da questi esempi, possiamo vedere come i nuovi formati mediatici influenzano le nostre abitudini mediatiche e la nostra percezione dei messaggi mediatici.

Anche se non possiamo prevedere con esattezza come sarà il mondo tra 20 o 30 anni, una cosa è certa: continuerà a cambiare, e con noi.

Risposta



Comprendere la costruzione dei media

Tutte le caratteristiche e le informazioni sopra menzionate sulla trasformazione dei media rappresentano una delle ragioni principali dei cambiamenti nella nostra percezione di consumatori di media. Concludiamo analizzando in che modo e in che modo le nostre abitudini di consumo differiscono in relazione alle trasformazioni di cui abbiamo parlato.

Diamo un'occhiata alla tabella e riempiamo insieme i campi relativi alle nostre abitudini.

Nota per il formatore: preparare in anticipo la tabella come diapositiva di PowerPoint e mostrarla ai partecipanti

Domanda

Era	Primary media format	Media habits
Pre-20th century	Books, newspapers, oral storytelling	<i>Example: Deep reading, long attention spans etc</i>
20th century (early & mid)	Radio, cinema, printed magazines	
Late 20th century	Television (cable news, entertainment shows), VHS/CD/DVD	
Early 2000s	Websites, online news, blogging, YouTube	
2010s - present	Social media (Facebook, Twitter, TikTok, Instagram), streaming platforms	

Risposta

Era	Primary media format	Media habits
Pre-20th century	Books, newspapers, oral storytelling	Deep reading, long attention spans, slow information processing
20th century (early & mid)	Radio, cinema, printed magazines	Passive consumption, scheduled engagement (e.g., radio shows, movie screenings)
Late 20th century	Television (cable news, entertainment shows), VHS/CD/DVD	Passive but habitual consumption, multitasking with other household activities
Early 2000s	Websites, online news, blogging, YouTube	On-demand consumption, increased interactivity, shorter attention spans
2010s - present	Social media (Facebook, Twitter, TikTok, Instagram), streaming platforms	Highly fragmented consumption, instant gratification, scrolling culture, preference for short, visually engaging content



Comprendere la costruzione dei media

Nota per il formatore: sulla base di quanto discusso in precedenza, consentire ai partecipanti di elencare le caratteristiche delle nostre abitudini mediatiche.

Risposta

E concludiamo dicendo: Questa tabella è "aperta" perché i cambiamenti non si fermeranno, e con i cambiamenti arriva anche la nostra percezione. Non importa quanto siamo alfabetizzati digitalmente e non importa quanto sappiamo di più sul funzionamento dei media rispetto a forse 10 anni fa, le nuove forme spesso emergono a un ritmo tale che facciamo fatica a tenere il passo. Di conseguenza, spesso possiamo adottare l'opinione personale di qualcuno come informazione. Nel tempo, si è osservata una tendenza per cui le persone leggono sempre più spesso i commenti degli altri sui post dei social media e si formano le proprie opinioni in base a essi, piuttosto che approfondire il "testo" mediatico stesso e porsi le domande fondamentali dell'alfabetizzazione mediatica: chi è l'autore di questo testo? Il testo contiene fatti e fonti? Il post mediatico è oggettivo o ci persuade soggettivamente di un particolare punto di vista? Posso verificare le affermazioni contenute nel testo mediatico?



PER RIASSUMERE

Comprendere la costruzione dei media

PANORAMICA DELL'ARGOMENTO

L'evoluzione dei media, dalle antiche tradizioni orali e dalle pitture rupestri alle complesse reti digitali di oggi, ha rimodellato continuamente il modo in cui le società comunicano, pensano e si formano opinioni. Con l'avvento dell'era digitale, l'enorme volume e la velocità dei messaggi mediatici hanno portato a un sovraccarico cognitivo, mettendo alla prova la nostra capacità di analizzare criticamente e riflettere sulle informazioni che consumiamo. Questo afflusso travolgente innesca spesso un'elaborazione superficiale e giudizi affrettati, rendendo essenziale lo sviluppo di competenze di alfabetizzazione mediatica. L'alfabetizzazione mediatica consente agli individui di mettere in discussione la costruzione dei messaggi, comprenderne le intenzioni e i pregiudizi sottostanti e impegnarsi in un dialogo ponderato e informato.

PUNTO CHIAVE 1 - COMPRENDERE L'EVOLUZIONE DEI MEDIA

- Riconoscere il passaggio dalle tradizioni orali e dai testi stampati ai media digitali e social.
- Scopri come ogni epoca mediatica ha trasformato la diffusione e il consumo delle informazioni.

PUNTO CHIAVE 2 - IMPATTO COGNITIVO DEL SOVRACCARICO DIGITALE

- Comprendere le sfide che pongono al pensiero critico, al ragionamento e all'attenzione sostenuta nell'era digitale.
- Riconoscere gli effetti fisiologici e cognitivi del consumo rapido e frammentato dei media

PUNTO CHIAVE 3 - IL RUOLO DELLA MEDIA LITERACY

- Comprendere perché è importante imparare ad analizzare e valutare criticamente i messaggi dei media, mettendone in discussione le fonti, le intenzioni e i pregiudizi sottostanti





MATERIALI AGGIUNTIVI

NOTE

Non dimenticare di consentire ai partecipanti di esprimere opinioni e osservazioni diverse. Commenta il fenomeno dell'influenza dei media sulla società da diverse prospettive. Basare la discussione sulle diverse esperienze dei partecipanti. Sottolinea che ogni opinione e osservazione è importante per il processo di apprendimento.

FARE BRAINSTORMING

Cercate di riflettere su come un così rapido scambio di informazioni, guidato dal progresso tecnologico, possa influenzare lo sviluppo futuro della società. Incoraggiate i partecipanti a non concentrarsi esclusivamente sugli aspetti negativi, ma a considerare anche i potenziali aspetti positivi dei cambiamenti futuri.

CONTENUTI MULTIMEDIALI AGGIUNTIVI

Libri:

**Sull'evoluzione dei media.
Comprendere il cambiamento
dei media, Carlos A. Scolari**

**Controllo dei media, Naom
Comski**

**Capire i media e come
funzionano, Renee Hobbs**
https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs%2052520What%252520Society%252520Needs%252520PDF_0.p

f





Co-funded by
the European Union **MEDEA**

SVILUPPARE L'ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA PER SMASCHERARE LA MANIPOLAZIONE MEDIATICA LEGATA AL GENERE E LE FAKE NEWS



Se tu o qualcuno che
conosci è stato vittima di
violenza di genere
facilitata dalla tecnologia,
sappi che puoi trovare
supporto e segnalarlo:

Non sei solo.

PROGETTO N. 2024-1-LV01-KA210-ADU-000243248



ZONTA
CLUB OF
JELGAVA



NOVOSADSKA
NOVINARSKA
SKOLA

