

# CheckMate

Empowering Europeans towards a Media-Savvy Citizenry

## Guida alle migliori pratiche per la gestione della misinformazione e del'alfabetizzazione mediatica



Cofinanziato  
dall'Unione europea





Empowering Europeans towards a Media-Savvy Citizenry

Erasmus + - KA2: Cooperation Partnership – Adult  
Project n° 2023-1-AT01-KA220-ADU-000155104

# Guida alle migliori pratiche per la gestione della disinformazione e dell'alfabetizzazione mediatica



**Cofinanziato  
dall'Unione europea**

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.

# Indice dei contenuti

Introduzione	6
1. Il progetto	8
2. Metodologia e struttura del documento	9
3. Introduzione	10
● Misinformazione e disinformazione	10
● Alfabetizzazione mediatica	11
4. Misinformazione, disinformazione e alfabetizzazione mediatica: panoramica dei Paesi partner	12
● Dati sull'alfabetizzazione mediatica	12
● Metodologie e tendenze attuali nell'educazione degli adulti	14
● Influenza negativa della disinformazione e della misinformazione sulle persone emarginate: episodi nazionali	16
● Ostacoli e opportunità	17
5. Analisi del quadro giuridico	19
● 5.1. Disposizioni costituzionali e legislative nazionali che tutelano la libertà di parola, di espressione e di stampa	20
● 5.2. Istituzioni ed enti nazionali responsabili della regolamentazione e della supervisione delle piattaforme televisive, radiofoniche e online	21
● 5.3. Leggi sulla trasparenza delle piattaforme	22
● 5.4. Leggi specifiche sulla misinformazione e sulla disinformazione	22
● 5.5. Quadro generale del diritto penale in materia di calunnia, diffamazione e ingiuria e inclusione di disinformazione e misinformazione	23
● 5.6. Quadro normativo civile in materia di calunnia, diffamazione, ingiuria e inclusione di disinformazione e misinformazione	24
● 5.7. Strumenti normativi non vincolanti emanati a livello nazionale	24
● 5.8. Iniziative legislative nuove e rilevanti/modifiche della legislazione esistente in corso	25



<b>6. Panoramica delle esigenze del gruppo di riferimento e analisi delle possibilità, degli ostacoli, dei bisogni e delle preoccupazioni</b>	<b>26</b>
● <b>Gruppi di discussione</b>	<b>27</b>
Disinformazione e misinformazione	27
Atteggiamento verso i media	28
Lezioni apprese ed esperienze: social network	28
Trade-off: qualità o quantità?	29
Pensiero critico e analisi	29
Misure proattive e formazione	30
● <b>Interviste individuali</b>	<b>31</b>
Educatrici ed educatori per adulti	32
Esperte/i di digitalizzazione e sviluppatrici/sviluppatori web	32
Governo o autorità pubbliche locali o regionali	33
Esperte/i legali	34
Agenzie e canali di informazione	35
Influencer dei Social media	35
<b>7. Analisi delle migliori pratiche identificate</b>	<b>36</b>
● <b>Elenco delle migliori pratiche dei Paesi partner</b>	<b>36</b>
Programmi di formazione	36
Quadri di competenza delle abilità	38
Pratiche e metodologie per lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica	38
Politiche	40
Uso innovativo dei supporti tecnologici	40
● <b>Migliori pratiche selezionate da Paesi non inclusi nel partenariato</b>	<b>42</b>
● <b>Analisi delle migliori pratiche: panoramica</b>	<b>44</b>
<b>8. Conclusioni e suggerimenti</b>	<b>46</b>
<b>9. Riferimenti bibliografici</b>	<b>47</b>
● <b>Siti web</b>	<b>48</b>

# Introduzione

Il presente documento è una Guida alle buone pratiche per la gestione della disinformazione e dell'alfabetizzazione mediatica, uno dei primi risultati del progetto "**CheckMate** - Empowering Europeans towards a Media-Savvy Citizenry" (cofinanziato dal progetto Erasmus + Key Action 2 Project, Cooperation partnerships in adult education). La Guida è stata realizzata al termine di un'approfondita ricerca documentale sulle principali questioni relative all'alfabetizzazione mediatica nei Paesi coinvolti e di un'analisi dei bisogni sviluppata a diretto contatto con i principali stakeholder.

Questa ricerca è il risultato dell'impegno e del contributo di ciascuno dei partner coinvolti nel progetto.



In particolare, il partenariato è composto dalle seguenti organizzazioni:

- ✓ **BürgerInnen Forum Europa**  
— Austria
- ✓ **Neapolis University Pafos**  
(NUP) — Cipro
- ✓ **Athens Lifelong Learning Institute**  
— Grecia
- ✓ **Centro per lo Sviluppo Creativo**  
“Danilo Dolci” (CSC) — Italia
- ✓ **Syncnify** — Francia
- ✓ **VšĮ Socialinių inovacijų centras**  
(SIC) — Lituania

# 1. Il progetto

Il problema globale della diffusione di notizie false e informazioni dannose per la pace, la sicurezza e la cooperazione esiste da centinaia di anni. Oggi, la necessità di trovare una soluzione è ancora più forte, soprattutto data la crescente influenza dei media e il loro ruolo nel diffondere l'informazione. Sebbene nei forum intergovernativi stiano circolando diverse idee su come limitare gli effetti dannosi della disinformazione, la prevalenza di questo fenomeno online e offline continua a minacciare l'indipendenza politica, l'integrità territoriale e la sicurezza di tutte e tutti i cittadini. Inoltre, confondendo i confini tra vero e falso, la disinformazione mina la fiducia del pubblico nel giornalismo di qualità e nel suo ruolo in una società democratica. Già nei primi giorni della pandemia di COVID-19, i social media sono stati invasi da storie che annunciavano l'esistenza di potenziali cure miracolose per la malattia. La maggior parte di queste storie era tuttavia infondata, basata su dicerie e, in alcuni casi, con conseguenze estremamente pericolose sulle comunità. Oggi è più che mai evidente che la propaganda, la misinformazione e le fake news hanno il potenziale per polarizzare l'opinione pubblica, promuovere l'estremismo violento e l'incitamento all'odio e, in ultima analisi, minare le democrazie e ridurre la fiducia nei processi democratici.<sup>1</sup> Il progetto CheckMate mira dunque a sensibilizzare le parti interessate, trasformando l'alienazione in impegno costruttivo, promuovendo il dialogo sociale e consentendo soluzioni nuove e innovative. Inoltre, il progetto intende formare adulti di qualsiasi estrazione sociale, età, religione, economia ed etnia, con particolare attenzione ai gruppi vulnerabili ed emarginati, affinché siano in grado di filtrare in modo critico, indagare sulle fonti, verificare i contenuti e categorizzare tutte le informazioni ricevute, trasformando il caos in capacità critica e analitica. In questo sforzo, CheckMate intende integrare e promuovere l'uso di soluzioni tecnologiche innovative. Nello specifico, il progetto si propone quattro obiettivi principali:

- ✓ **Gestire la misinformazione** avvicinando le cittadine e i cittadini europei al diritto internazionale.
- ✓ **Rafforzare l'alfabetizzazione mediatica** formando le e i partecipanti a strategie e metodi innovativi per la valutazione delle informazioni diffuse dai media.
- ✓ Sensibilizzare e **promuovere il dialogo sociale** tra le parti interessate al fine di sviluppare nuove soluzioni alla misinformazione e suggerire raccomandazioni politiche pertinenti.
- ✓ **Promuovere l'uso di nuove tecnologie** avanzate da parte delle parti interessate e delle e dei partecipanti per affrontare il problema.

Per raggiungere questi obiettivi, il progetto CheckMate prevede le seguenti attività, che seguiranno l'attuale fase di ricerca:

- ✓ Organizzazione di **sessioni informative digitali e workshop** con la società civile e altri stakeholder per sensibilizzare l'opinione pubblica sull'uso di piattaforme metaverse innovative, con oltre 150 utenti in 6 Paesi.
- ✓ Sviluppo di un **corso di formazione online** e di un'estensione web per rafforzare l'alfabetizzazione mediatica.
- ✓ **Sviluppo della piattaforma di rete Metaverse** contenente funzioni quali la personalizzazione dell'avatar e della sede, strumenti di rete, analisi e integrazione con altre applicazioni.
- ✓ **Sviluppo di una politica e di raccomandazioni** basate sulle esperienze di attuazione del progetto sui modi per affrontare la misinformazione e la disinformazione.



# 2. Metodologia e struttura del documento

Il presente documento è una Guida alle buone pratiche basata su una ricerca approfondita sull'alfabetizzazione mediatica attraverso una duplice prospettiva e un approccio olistico. La duplice prospettiva si rivela nella doppia natura della ricerca: **1)** la prima fase si basa su documenti normativi e rapporti ufficiali; **2)** la seconda fase si basa sul contatto diretto con gli stakeholder e i gruppi di riferimento. Il risultato di queste attività di ricerca ha permesso al partenariato di mettere a punto un'analisi dei bisogni basata sul contatto diretto con i potenziali beneficiari e strutturata su un approccio trasversale, proprio come la alfabetizzazione mediatica è trasversale a molti livelli. L'obiettivo è stato quello di tracciare un quadro il più possibile completo dei temi del progetto. Pertanto, i macrotemi sono stati affrontati attraverso un approccio comparativo, che ha permesso di dare uno sguardo a tutti i Paesi partner.

La Guida è strutturata nel seguente modo:

- 1. Introduzione ai temi e ai contesti nazionali:** la prima parte è un'introduzione al tema, seguita da una descrizione dei fenomeni della disinformazione, della disinformazione e dell'alfabetizzazione mediatica nei Paesi coinvolti. Questa sessione mette in luce i dati statistici sulle abitudini di ricerca e consumo di informazioni, con un riferimento ai casi di fake news che hanno suscitato maggiore scalpore nei Paesi partner.
- 2. Analisi del quadro giuridico nazionale:** l'argomento viene poi affrontato dal punto di vista del quadro istituzionale e giuridico, concentrandosi in particolare sulle normative vigenti nei Paesi studiati, sull'equilibrio tra l'esigenza di protezione e controllo delle fake news e la libertà di espressione e sugli organi istituzionali preposti al controllo dei media e alla tutela delle e dei cittadini.
- 3. Consultazioni e prospettive degli individui:** questo capitolo è dedicato all'analisi dei risultati delle interviste con gli stakeholder identificati e all'analisi dei bisogni emersi dai gruppi di discussione con i potenziali beneficiari. Questa parte della ricerca è stata strutturata a partire da una serie di domande condivise sul tema dei media, sulla percezione dei social media, sul pensiero critico e sulle misure educative da prendere in considerazione.
- 4. Analisi delle buone pratiche:** in questa sezione vengono presentate le 31 migliori pratiche individuate per i progetti o le iniziative di educazione all'alfabetizzazione mediatica, in modo che le lettrici e i lettori abbiano un'idea di ciò che è stato implementato con successo negli ultimi anni sul campo.
- 5. Conclusioni:** le conclusioni, che chiudono la parte più corposa di questa guida, tengono in considerazione quanto analizzato negli ultimi mesi e costituiscono quindi il risultato delle riflessioni. Grazie all'assemblaggio dei risultati più importanti e delle considerazioni maturate con le e gli esperti e le ricercatrici e i ricercatori coinvolti, il documento fornisce conclusioni significative e utili per lo sviluppo dei contenuti futuri del progetto CheckMate e per la creazione e il rafforzamento di politiche educative nel campo dei media e della protezione delle e dei cittadini. A seguire, il documento include gli allegati con tutte le buone pratiche per un ulteriore approfondimento pratico.

## 3. Introduzione

# to the topic

## Misinformazione e disinformazione

Le gravi conseguenze della misinformazione e della disinformazione sono sottolineate da diversi rapporti

### IN BREVE:

**La misinformazione** si verifica quando vengono diffuse informazioni inesatte senza l'intenzione di ingannare o danneggiare, spesso a causa di un'interpretazione errata, di un fraintendimento o di una mancanza di conoscenza.

**La disinformazione** comporta la diffusione intenzionale e deliberata di informazioni false o fuorvianti con l'intento di manipolare, ingannare o influenzare l'opinione pubblica per ottenere vantaggi politici, sociali o economici.

**La misinformazione** può causare confusione e incomprensione, mentre la disinformazione mina la fiducia nell'informazione e nell'opinione pubblica, risultando particolarmente dannosa per il suo chiaro intento manipolatorio.

L'alfabetizzazione mediatica comprende le competenze e le abilità necessarie per uno sviluppo consapevole e indipendente nel moderno ambiente digitale, globale e multimediale.

**L'alfabetizzazione mediatica** è diventata una priorità nelle agende educative dell'UE, evolvendosi in un concetto multidimensionale che comprende competenze cognitive, emotive e sociali per navigare nel panorama mediatico in modo critico e consapevole.

recenti, in particolare quello del World Economic Forum, che ha identificato questi fenomeni come il principale rischio globale. I progressi della tecnologia, in particolare l'intelligenza artificiale di facile utilizzo, hanno infatti facilitato la proliferazione di informazioni false e contenuti "sintetici", spingendo i governi a emanare normative in evoluzione per combattere queste minacce. Tuttavia, le sfide persistono, tra cui l'emergere di nuove forme di criminalità come la pornografia deepfake e la manipolazione del mercato azionario. Inoltre, l'intricato equilibrio tra la prevenzione della misinformazione e la salvaguardia della libertà di espressione pone un dilemma ai governi, in quanto i regimi autoritari potrebbero sfruttare il controllo normativo per minare i diritti umani. La continua espansione dei media e dei social network esaspera la complessità della questione, rendendo necessari meccanismi completi di educazione, controllo e protezione da parte delle istituzioni. In questo contesto, è cruciale chiarire la distinzione tra misinformazione e disinformazione. La misinformazione si riferisce alla diffusione di informazioni imprecise o errate senza l'intenzione di ingannare o danneggiare, ma con l'intento di essere percepite dai destinatari come serie e concrete. Ciò può avvenire per vari motivi, come un'interpretazione errata, un'incomprensione o una mancanza di conoscenza. D'altro canto, la disinformazione comporta la diffusione intenzionale e deliberata di informazioni false o fuorvianti con l'intento di manipolare, ingannare o influenzare l'opinione pubblica. Le persone o le entità che diffondono la disinformazione hanno il chiaro intento di ottenere un vantaggio politico, sociale o economico. Le fonti della disinformazione possono essere governi, organizzazioni politiche, gruppi di interesse o attori non statali che cercano di influenzare l'opinione pubblica per raggiungere obiettivi specifici. Mentre la misinformazione può causare confusione e incomprensione, la disinformazione è particolarmente dannosa perché mina la fiducia nell'informazione e nell'opinione pubblica. Entrambe possono avere conseguenze negative per la società e la democrazia, ma la disinformazione è generalmente considerata più dannosa perché è orchestrata con un chiaro intento manipolatorio<sup>1</sup>.

## Alfabetizzazione mediatica

Alfabetizzazione mediatica è il termine utilizzato per descrivere le competenze e le abilità necessarie per

<sup>1</sup> LibertiesEU, Misinformazione vs Disinformazione: definizione ed esempi, retrieved from [www.liberties.eu/it/stories/misinformazione-vs-disinformazione/43752](http://www.liberties.eu/it/stories/misinformazione-vs-disinformazione/43752)

uno sviluppo consapevole e indipendente nel nuovo ambiente comunicativo, digitale, globale e multimediale. È considerata il risultato del processo di educazione ai media. Tuttavia, il concetto è sfaccettato e coesiste con altri termini, tra cui alfabetizzazione audiovisiva o alfabetizzazione digitale. L'educazione ai media e il suo risultato, l'alfabetizzazione mediatica, sono stati descritti e definiti per la prima volta nel contesto internazionale dall'UNESCO, nell'ambito di un processo di analisi iniziato nel 1982 con la conferenza di Grünwald e proseguito con altri eventi dedicati fino alla conferenza di Siviglia del 2002. Il lavoro dell'UNESCO si concentra sulla cosiddetta educazione ai media, che è l'immediato predecessore dell'alfabetizzazione mediatica nel senso più ampio del termine. In Europa, all'inizio degli anni 2000, il termine media education (educazione ai media) è stato utilizzato insieme a media literacy (alfabetizzazione mediatica) nel tentativo di includere ed espandere l'alfabetizzazione digitale e ridurre il divario digitale. Questo processo è stato sostenuto dal Consiglio d'Europa e dalla Commissione europea, che nel 2006 e nel 2007 ha sostenuto un gruppo di esperti nel campo dell'alfabetizzazione mediatica e ha lanciato una consultazione pubblica sul tema. L'iniziativa è stata sostenuta anche dalla Carta europea dei media e da diversi enti pubblici di regolamentazione dei media<sup>2</sup>. Da allora, l'alfabetizzazione mediatica è sempre stata presente nelle agende dell'Unione Europea e negli ultimi anni è diventata una priorità nel campo dell'istruzione. Oggi il significato di alfabetizzazione mediatica si è ampliato e arricchito, poiché rappresenta un concetto multidimensionale che va oltre la semplice comprensione dei media. Si tratta di un insieme di competenze cognitive, emotive e sociali che consentono alle persone di navigare in modo critico e consapevole nel complesso panorama dei media. Comporta una profonda consapevolezza delle dinamiche di potere e controllo all'interno degli stessi<sup>3</sup>. Ciò include la comprensione dei meccanismi economici, politici e culturali che influenzano la produzione, la distribuzione e la fruizione dei contenuti mediatici. Inoltre, richiede la capacità di valutare in modo critico i media e le loro rappresentazioni della realtà, il che comporta non solo l'analisi del contenuto esplicito dei messaggi mediatici, ma anche l'esame degli impliciti, delle omissioni e delle prospettive nascoste. È importante riconoscere che i media non sono semplicemente veicoli neutrali di informazioni, ma riflettono e influenzano attivamente le ideologie, le norme sociali e le relazioni di potere presenti nella società. Da questo punto di vista, l'alfabetizzazione mediatica incoraggia una partecipazione attiva e responsabile ai media, ovvero la capacità di produrre e condividere contenuti che aderiscano a principi etici e promuovano un dialogo costruttivo e inclusivo. Nell'era digitale, i confini tra vecchi e nuovi media si fanno sempre più labili, il che richiede un'educazione che sia in grado di gestire questi complessi contesti mediatici<sup>4</sup>. In sostanza, l'alfabetizzazione mediatica è un processo continuo di apprendimento e riflessione che richiede un impegno costante per sfidare le narrazioni mediatiche dominanti e promuovere una comunicazione più inclusiva, equa e democratica.

---

2 Pérez Tornero José Manuel, Media Literacy New Conceptualisation, New Approach, January 2008, Sweden: The

International Clearinghouse on Children, Youth and Media.

3 Hobbs R. Media Literacy Foundations, University of Rhode Island, 2019.

4 Ibid

# 4. Misinformazione, disinformazione e alfabetizzazione mediatica: panoramica dei Paesi partner

## Dati sull'alfabetizzazione mediatica

Il contesto analizzato relativo ai Paesi partner mostra uno scenario diversificato con persone con una maggiore o minore alfabetizzazione digitale e mediatica. Tuttavia, una preoccupazione comune è come le cittadine e i cittadini possano affrontare le crescenti minacce della disinformazione.

### IN BREVE:

- **Francia:** radicata tradizione di alfabetizzazione mediatica basata sul pensiero critico per la cittadinanza. Oltre il 90% degli abitanti della Francia metropolitana è connesso a Internet, il che indica un livello significativo di alfabetizzazione digitale.
- **Italia:** sfide significative nell'alfabetizzazione mediatica e aumento dell'uso di piattaforme digitali per la consultazione delle notizie. L'Italia è uno dei Paesi europei con il maggior numero di contenuti rimossi da Facebook e Instagram nella prima metà del 2023, il che indica una notevole esposizione alla disinformazione online.
- **Grecia:** ha mostrato un miglioramento generale negli ultimi anni, indicando progressi nel recupero. Eccelle nel segmento demografico più giovane, con l'88% degli individui di età compresa tra i 16 e i 24 anni in possesso di competenze digitali di base.
- **Cipro:** si colloca al di sotto della media europea per quanto riguarda le competenze digitali di base e avanzate e le competenze di base per la creazione di contenuti digitali. È al 25° posto su 35 Paesi della regione europea in termini di alfabetizzazione mediatica.
- **Austria:** un numero significativo di cittadine e cittadini adulti possiede competenze digitali medie o superiori alla media, ma la capacità di distinguere la misinformazione richiede un miglioramento. Il tempo dedicato all'uso dei media è diminuito nella maggior parte delle categorie nel 2022 rispetto all'anno precedente.
- **Lituania:** la popolazione necessita un miglioramento dell'alfabetizzazione mediatica in quanto, secondo l'indice DESI, possiede un livello relativamente basso rispetto alla media europea.

In **Francia**, l'alfabetizzazione mediatica ha una forte tradizione e svolge un ruolo centrale nel pensiero critico nella cittadinanza. Secondo il rapporto 2022 del Digital Society Lab della Repubblica francese, oltre il 90% degli abitanti della Francia metropolitana è connesso a Internet, il che evidenzia un livello significativo di alfabetizzazione digitale. Questo alto tasso di connettività riflette una società sempre più immersa nell'era digitale. Tuttavia, esistono preoccupazioni legate alla sicurezza di Internet, evidenziate dal fatto che il 69% delle e dei francesi accede settimanalmente a notizie online, secondo il Reuters Institute Digital News Report 2022. Inoltre, il 40% delle persone ottiene le notizie dai social media, il che indica una notevole esposizione alla disinformazione<sup>5</sup>.

Per quanto riguarda l'**Italia**, l'alfabetizzazione mediatica si trova ad affrontare sfide significative nonostante l'aumento dell'uso delle piattaforme digitali per accedere alle notizie. Secondo l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), nel 2020 i Millennials preferivano Internet e i social media per informarsi, mostrando un significativo cambiamento nelle abitudini di consumo rispetto alle generazioni precedenti<sup>6</sup>. L'Italia si distingue anche come uno dei Paesi europei con il maggior numero di contenuti rimossi da Facebook e Instagram nel primo semestre del 2023, con oltre 45.000 contenuti rimossi da Facebook e 1.900 da Instagram, come indicato nel rapporto 2023 Meta. Nonostante ciò, la televisione rimane ancora la principale fonte di informazione, nonostante le crescenti critiche sulla sua qualità e affidabilità: secondo i dati del Centro Studi Investimenti Sociali<sup>7</sup>, infatti, il 71,8% delle persone ha espresso opinioni negative sulla sua affidabilità.

La **Grecia** si colloca al 25° posto su 27 Stati membri dell'UE nel Digital Economy & Society Index (DESI) del 2022, ma ha mostrato un miglioramento generale negli ultimi anni, indicando un progresso nel recupero. Per quanto riguarda i servizi pubblici digitali, la Grecia ha registrato un aumento degli utenti attivi dei servizi di e-government e ha un'ampia percentuale di popolazione con competenze digitali di base. Il 52% delle persone di età compresa tra i 16 e i 74 anni possiede competenze digitali di base, in linea con la media UE del 54%, secondo lo stesso rapporto DESI<sup>8</sup>. In particolare, la Grecia eccelle nel segmento demografico più giovane, con l'88% degli individui di età compresa tra i 16 e i 24 anni in possesso di competenze digitali di base, superando la media UE del 71%.

Sempre secondo l'indice DESI, **Cipro** si colloca al 20° posto nell'UE, con un punteggio inferiore alla media per quanto riguarda le competenze digitali di base e avanzate e le competenze di base per la creazione di contenuti digitali. Inoltre, gli individui adulti di Cipro che vivono in città hanno una percentuale più alta di competenze digitali avanzate (25,56%) rispetto a quelli che vivono in città e periferia (13,89%) e nelle aree rurali (15,42%). L'European Policy Initiative Media Literacy Index-Sophia dell'Open Society Institute classifica Cipro al 25° posto su 35 Paesi della regione europea. L'indice valuta il potenziale di resistenza alle fake news e utilizza indicatori per la libertà dei media, l'istruzione e la fiducia nelle persone.

In **Austria**, un numero significativo di cittadine e cittadini adulti possiede competenze digitali medie o superiori alla media. Tuttavia, studi recenti dimostrano che molti adulti faticano a distinguere la disinformazione dalle informazioni accurate, soprattutto sui social media (Biringier, 2023). Nel terzo trimestre del 2022, le persone austriache tra i 16 e i 64 anni hanno trascorso in media 5 ore e 22 minuti al giorno su Internet, di cui oltre 1,5 ore sui social media. Il tempo trascorso nell'uso dei media è diminuito nella maggior parte delle categorie nel 2022 rispetto all'anno precedente. Nel complesso, i valori dell'Austria nella maggior parte delle categorie sono inferiori alla media globale<sup>9</sup>.

Infine, la **Lituania** dovrebbe migliorare l'alfabetizzazione mediatica della popolazione. Infatti, secondo una ricerca condotta nel 2020, nonostante gli sforzi in corso, il livello di alfabetizzazione mediatica rimane relativamente basso, con solo 37,8 punti, come indicato nello studio "Spinter" del 2017. Inoltre, l'indice DESI conferma che la Lituania si colloca al di sotto della media europea in termini di alfabetizzazione mediatica<sup>10</sup>.

5 Viand-Guillot L., 82% of Internet users protected their personal data online, 2022

6 Agicom, L'informazione alla prova dei giovani, servizio economico-statistico, 2020

7 Censis, 18° Rapporto sulla comunicazione, I media della crisi, Roma, 2022

8 European Commission (2022), Digital Economy and Society Index (DESI) 2022, Grecia

9 Statista.de, Tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien in Österreich in den Jahren 2021, 2022

10 European Commission (2022), Digital Economy and Society Index (DESI) 2020, Lituania

## > Metodologie e tendenze attuali nell'educazione degli adulti

### IN BREVE:

- **Francia:** Governo, università e ONG collaborano a iniziative di alfabetizzazione mediatica, tra cui programmi educativi e risorse per la verifica dei fatti.
- **Italia:** la Strategia nazionale per le competenze digitali e il Fondo Repubblica Digitale mirano a migliorare l'alfabetizzazione digitale e a sostenere le iniziative di educazione ai media condotte dall'emittente pubblica RAI.
- **Austria:** l'Autorità di regolamentazione per la radiodiffusione e le telecomunicazioni e le ONG come "Saferinternet.at" promuovono l'alfabetizzazione mediatica e combattono la disinformazione attraverso la formazione e le risorse.
- **Cipro e Grecia:** MedDMO e Fact Check Cyprus guidano gli sforzi per sfatare le fake news e promuovere l'alfabetizzazione mediatica, con il supporto di istituzioni accademiche come la Cyprus University of Technology.
- **Lituania:** iniziative strategiche come "Lituania 2030" si concentrano sull'integrazione dell'alfabetizzazione mediatica nell'istruzione e sulla promozione di un consumo responsabile dei media, con le università che svolgono un ruolo chiave nella ricerca e nell'istruzione.

Tra tutti i Paesi coinvolti nella ricerca, i governi nazionali, le università e le associazioni del terzo settore sono i principali promotori della creazione e dello sviluppo di iniziative e progetti dedicati all'alfabetizzazione mediatica. In **Francia**, sono stati lanciati diversi programmi e iniziative per affrontare la misinformazione online e promuovere l'alfabetizzazione mediatica. Il Centro per l'educazione ai media e all'informazione (CLEMI) svolge un ruolo chiave nello sviluppo di programmi educativi e nell'integrazione dell'alfabetizzazione mediatica nei programmi di formazione<sup>11</sup>. È sostenuto dal Ministero della Cultura, che attraverso fondi dedicati supporta anche numerosi media locali nell'organizzazione di attività educative. France Info, ad esempio, ha creato "Ateliers de l'Info" per incoraggiare il pensiero critico sulle notizie, mentre iniziative nazionali come "Valeurs de la République" mirano a promuovere un comportamento etico online<sup>12</sup>. AFP (Agence France-Presse) fornisce risorse e formazione sulla verifica dei fatti, mentre il CLEMI incorpora esempi di contenuti fuorvianti nei suoi corsi. Parallelamente, prestigiose istituzioni accademiche come Sciences Po Paris offrono corsi specifici di alfabetizzazione mediatica per adulti, offrendo l'opportunità di migliorare le capacità di pensiero critico e di valutazione delle informazioni. Le ONG, come l'EU Disinfo Lab, contribuiscono attivamente alla lotta contro la disinformazione fornendo risorse online, organizzando webinar e workshop educativi per sensibilizzare sul riconoscimento e la lotta alle fake news<sup>13</sup>. Infine, France Médias Monde, che riunisce i canali televisivi e radiofonici internazionali France 24, RFI e Monte Carlo Doualiya, svolge un ruolo significativo nella lotta alla disinformazione offrendo regolarmente trasmissioni sulla decostruzione delle false informazioni, consentendo alle e ai partecipanti di acquisire una conoscenza approfondita delle pratiche giornalistiche<sup>14</sup>.

11 Ministère de la Culture, Media Mobilisation for Media and Information Literacy. 2023

12 Les Ateliers de l'info. 2023. Recuperato da <https://www.Franciainfo.fr/replay-radio/emissions-podcasts.html>

13 EU Disinfo Lab, 2023. Recuperato da <https://www.disinfo.eu>

14 Ministère de la Culture, Media Mobilisation for Media and Information Literacy. 2023

Per il governo **Italiano** la necessità di alfabetizzazione digitale rimane una priorità nell'agenda politica. All'Agenda digitale, che ha fissato gli obiettivi per il 2020, sono seguiti gli Obiettivi digitali per il 2030 e il Piano d'azione per l'educazione digitale 2021-2027. Nell'ambito della Strategia nazionale per le competenze digitali, il governo ha istituito un nuovo fondo ("Fondo Repubblica Digitale") per promuovere iniziative volte ad aumentare i livelli di competenze digitali. L'Italia ha inoltre lanciato un'ampia Strategia nazionale per le competenze digitali, attuata attraverso un Piano operativo adottato nel dicembre 2020. Il documento identifica 111 iniziative e fissa gli obiettivi da raggiungere entro il 2025, tra cui quello di dotare il 70% della popolazione di competenze digitali di base, in linea con l'obiettivo del Decennio Digitale 2030. In qualità di attore chiave nelle politiche nazionali di alfabetizzazione mediatica, la televisione pubblica italiana, la RAI, è il principale promotore di diverse iniziative e svolge un ruolo di ricerca, controllo e monitoraggio della qualità dell'informazione<sup>15</sup>.

Per quanto riguarda l'**Austria**, già all'inizio degli anni 2000 sono state create istituzioni e organizzazioni per affrontare il problema delle fake news a causa del crescente problema della disinformazione e della falsificazione delle informazioni. Tuttavia, negli ultimi anni, le istituzioni sono diventate più che mai cruciali per la società austriaca per contrastare questa diffusione e promuovere la consapevolezza. L'Autorità di regolamentazione per la radiodiffusione e le telecomunicazioni (RTR) è una di queste istituzioni e ha dato vita a iniziative per promuovere l'alfabetizzazione mediatica e contrastare la disinformazione. Questa autorità di regolamentazione austriaca è stata creata per monitorare e garantire il rispetto delle leggi e dei regolamenti in materia di radiodiffusione e telecomunicazioni. Inoltre, le ONG e le organizzazioni della società civile, come l'associazione "Saferinternet.at", svolgono un ruolo significativo. Questa organizzazione si impegna a promuovere genitori, insegnanti e giovani nell'ambito dell'uso sicuro di Internet e a incrementare l'alfabetizzazione mediatica<sup>16</sup>. Offre formazione, materiali e risorse con l'intento di aiutare gli utenti di Internet a familiarizzare con le sfide del mondo online e gestire la disinformazione e la disinformazione<sup>17</sup>. Istituti di ricerca e università, come l'Università di Vienna, l'Università Alpen-Adria di Klagenfurt e l'Università di Salisburgo, sono indispensabili per l'approfondimento del tema. Spostandoci invece nel Mediterraneo, sono stati realizzati o sono in corso diversi progetti finanziati sulla disinformazione, con il MedDMO, l'Osservatorio Mediterraneo dei Media Digitali, il quale si occupa di fake news nel Mediterraneo orientale, tra cui Malta, **Grecia e Cipro**, e coinvolge nel progetto diverse istituzioni accademiche e organizzazioni di verifica dei fatti. MedMo finanzia anche organizzazioni di fact-checking in Grecia (Hellenic Hoaxes) e a Cipro (Fact Check Cyprus) per sfatare le fake news che circolano su Internet. Oltre a MedDMO, diversi altri progetti sono stati realizzati presso la Cyprus University of Technology (CUT). Ad esempio, il Dipartimento di Comunicazione e Studi su Internet ha offerto seminari sul giornalismo digitale necessario per affrontare la disinformazione, rivolti a giornalisti/i e studentesse/studenti di giornalismo. Infine, è stato recentemente istituito il Centro contro la disinformazione presso il CUT come coalizione del gruppo Fact Check Cyprus e dell'Unità di calcolo sociale. Questo Centro mira a promuovere l'alfabetizzazione mediatica nella società e all'interno dell'Università e a smascherare le fake news nel cyberspazio cipriota.

Per quanto riguarda la **Lituania**, l'interesse per l'alfabetizzazione mediatica è cresciuto negli ultimi dieci anni, insieme al numero di iniziative e di persone coinvolte in questo settore. Nel 2012, la strategia di avanzamento "Lituania 2030" è stata approvata dal Seimas (il Parlamento) della Repubblica di Lituania, prevedendo la creazione di una società dell'informazione sostenibile che promuova media civicamente responsabili ed educi il pubblico a valutare e analizzare in modo critico le informazioni nello spazio pubblico. Questo obiettivo comprende anche l'integrazione dell'alfabetizzazione mediatica in tutti i programmi educativi e il rispetto della libertà di stampa, nonché l'incoraggiamento dei processi di autoregolamentazione dei media. In Lituania, la resistenza alle minacce all'informazione e lo sviluppo delle competenze mediatiche sono direzioni strategiche della politica di informazione pubblica. In effetti, le istituzioni statali e le ONG cercano di promuovere lo sviluppo delle competenze mediatiche. Secondo

15 Aroldi P., et al., Alfabetizzazione mediatica Versus Fake News. Esperienze e best practice in Italia, 2022

16 RTR.at (2023a), Medienkompetenz - Schlüssel "Bildung" als gesamtgesellschaftliche Aufgabe, 2023

17 Saferinternet.at, Das Internet sicher nutzen, 2023. Recuperato da <https://www.saferinternet.at/>

uno studio condotto dal Consiglio d'Europa nel 2019-2020, sono stati identificati 34 diversi soggetti interessati che hanno realizzato 43 iniziative in Lituania, principalmente organizzazioni non governative, istituzioni statali e istituzioni culturali, in particolare biblioteche. Le università lituane, come l'Università di Vilnius, l'Università Vytautas Magnus e l'Università di Tecnologia di Kaunas, svolgono un ruolo chiave nella ricerca scientifica e nell'educazione all'alfabetizzazione mediatica.

## > **Influenza negativa della disinformazione e della misinformazione sulle persone emarginate: episodi nazionali**

### IN BREVE:

La **misinformazione** e la **disinformazione** sono molto diffuse, e prendono di mira questioni comuni a tutti i Paesi, esacerbando le divisioni sociali.

Le crisi geopolitiche, i conflitti internazionali e le questioni sociali costituiscono un terreno fertile per la diffusione della disinformazione, come si è visto durante la guerra in Ucraina e le proteste dei "Gilet gialli" in Francia. La pandemia COVID-19 ha portato a una proliferazione senza precedenti di disinformazione in tutto il mondo, minando la fiducia nelle misure di salute pubblica e aggravando le tensioni.

In questa sessione verranno presentati brevemente alcuni casi eclatanti di disinformazione e misinformazione. I principali target della disinformazione sono comuni a quasi tutti i Paesi. È infatti possibile rintracciare una serie di questioni in cui il ruolo dei media ha giocato un ruolo cruciale e le divisioni sociali sono aumentate, non solo nei Paesi coinvolti ma in tutto il mondo occidentale. Le crisi geopolitiche e i conflitti internazionali diventano spesso terreno fertile per la diffusione della disinformazione. Un esempio evidente è emerso durante la guerra in Ucraina, quando la **Francia** ha scoperto una massiccia campagna di disinformazione russa. Attraverso la pubblicazione di fake news mascherate da fonti autorevoli, Mosca ha orchestrato una "guerra ibrida" che ha minato la chiarezza delle informazioni e alimentato l'incertezza su scala internazionale<sup>18</sup>. Anche le questioni sociali e i movimenti di protesta sono spesso soggetti alla distorsione e alla manipolazione delle informazioni. Durante le proteste dei "Gilet gialli" in Francia, la misinformazione sui social media ha contribuito ad aumentare le tensioni e generare dissensi nella società<sup>19</sup>. Allo stesso modo, le comunità LGBTQ+ sono state bersaglio di false affermazioni e campagne di odio, alimentando pregiudizi dannosi e minando la coesione sociale<sup>20</sup>. La pandemia di COVID-19 ha visto una proliferazione di misinformazione senza precedenti in tutto il mondo.

In **Italia**, la falsa correlazione tra il 5G e la diffusione del virus ha scatenato paure infondate, minando la fiducia nelle misure di prevenzione e vaccinazione<sup>21</sup>. In **Austria** come in Italia e altrove, le teorie cospirative sull'origine del virus e sulla gestione della pandemia hanno alimentato il caos informativo, mettendo in discussione la credibilità delle autorità sanitarie. In genere, le comunità emarginate sono spesso particolarmente vulnerabili alla disinformazione. A **Cipro**, episodi di misinformazione hanno colpito in particolare gruppi come la comunità LGBTQ+ e gli immigrati, generando tensioni e conflitti. Durante il mese del Pride, sono state diffuse false informazioni sulle conseguenze negative dell'adozione da parte di coppie dello stesso sesso. Inoltre, la diffusione di fake news sugli immigrati ha scatenato attacchi discriminatori da parte di gruppi estremisti, mettendo in pericolo la sicurezza dei più vulnerabili. In risposta a queste sfide, è indispensabile promuovere l'alfabetizzazione mediatica e il pensiero critico a tutti i livelli della società.

18 Francia 24, Francia says uncovers major disinformation campaign by Russia, 2023. Recuperato da <https://www.Francia24.com/en/live-news/20230613-Francia-says-uncovers-major-disinformation-campaign-by-russia>

19 Vinocur, N., Yellow jackets "fake news" shared millions of times on Facebook, 2019. Recuperato da <https://www.politico.eu/article/yellow-jacket-protest-fake-news-shared-millions-of-times-on-facebook-study>

20 Abreu, C. M. de., Truth or fake - paris: Digital Artist's Pride Month Creation Sparks fake news and homophobia on Twitter, 2023

21 Ravazzani P., Scarfi M. R., Zeni O. La tecnologia 5G non diffonde il COVID-19, 2020



### IN BREVE:

**Ostacoli:** la frammentazione sociale e le disparità di competenze digitali rappresentano ostacoli significativi all'alfabetizzazione mediatica, in quanto favoriscono la proliferazione della disinformazione e la sfiducia nei media. Le camere dell'eco formate dagli algoritmi dei social media distorcono le percezioni e ostacolano gli sforzi di alfabetizzazione mediatica, esacerbando la polarizzazione sociale.

**Le opportunità** per l'educazione ai media derivano dalle iniziative dell'UE, dall'espansione dell'apprendimento a distanza durante la pandemia COVID-19 e dalla maggiore collaborazione tra le parti interessate. L'intelligenza artificiale ha un potenziale nella verifica dei fatti, nel debunking e nelle applicazioni educative, offrendo un promettente alleato nella lotta alla disinformazione.

Prima di affrontare i capitoli sugli aspetti legali e istituzionali, è importante concentrarsi sui principali ostacoli e opportunità nel panorama dell'alfabetizzazione mediatica e dell'informazione nei Paesi interessati. In primo luogo, le principali difficoltà derivano dalla marcata frammentazione sociale delle nostre società e dalla conseguente disparità di competenze digitali diffuse. Le divisioni socioeconomiche e culturali escludono alcuni segmenti della popolazione dai processi educativi e informativi; il divario digitale, così come le possibilità di accesso all'educazione digitale, rimangono questioni da affrontare pienamente all'interno del tessuto sociale<sup>22</sup>. Ciò facilita la proliferazione della disinformazione e la diffusa sfiducia nei confronti dei media e della classe politica, esacerbando le tensioni sociali. In questo contesto vanno considerate anche le barriere linguistiche, sempre più presenti nei Paesi multietnici, e le differenze generazionali che creano una profonda asimmetria nell'uso dei media e nelle abitudini di consapevolezza: le nuove generazioni, nate in un ambiente già altamente digitalizzato e interconnesso, sviluppano naturalmente una maggiore familiarità e consapevolezza nell'uso dei nuovi media e delle informazioni digitali. Gli adulti, al contrario, trovandosi quasi improvvisamente in un mondo trasformato, devono compiere maggiori sforzi per adattare le loro strutture mentali al linguaggio digitale. Questo non significa che le e i più giovani non abbiano bisogno di percorsi educativi dedicati all'alfabetizzazione mediatica. Emerge piuttosto la necessità di differenziare l'offerta formativa e di indirizzarla verso tematiche più adatte al tipo di target. Un altro ostacolo significativo allo sviluppo di percorsi di educazione ai media è endogeno al mondo dei media stessi. La valanga di informazioni che viene prodotta e diffusa quotidianamente distorce fortemente la percezione del mondo da parte delle persone e contribuisce direttamente alla polarizzazione sociale. Una delle cause principali di questo fenomeno risiede nella natura stessa del mezzo di comunicazione: canali di scambio come i social network più diffusi, X/Twitter, Facebook e Instagram rispondono a logiche di mercato e alla soddisfazione dei loro utenti e sviluppano i loro algoritmi non sulla base dell'imparzialità e dell'equa distribuzione delle informazioni, ma su ciò che l'utente vuole leggere e vedere. Questo dà origine a fenomeni ormai noti come camere d'aria (echo chambers), che aumentano la percezione di essere all'interno di una bolla<sup>23</sup>. Solo negli ultimi anni le principali piattaforme sociali stanno attivando meccanismi di verifica dei fatti e di monitoraggio del linguaggio violento. Un ulteriore ostacolo è la lentezza degli enti normativi statali nell'adattarsi a una situazione in continua evoluzione. Nella scuola tradizionale, l'educazione ai media è ancora una materia rara e non è inclusa nei programmi ministeriali. Allo stesso tempo, le misure legali per proteggere dalla disinformazione sono ancora dibattute e si scontrano con la necessità di proteggere il diritto alla parola e al libero pensiero. Spesso, inoltre, le autorità che vigilano sul monitoraggio dei media tradizionali non hanno potere nel mondo di Internet, il che genera sostanziali buchi normativi. Gli aspetti legali, tuttavia, saranno approfonditi nella prossima sezione della guida.

22 <https://www.agendadigitale.eu/infrastrutture/il-digital-divide-culturale-e-una-nuova-discriminazione-sociale/>

23 <https://edu.gcfglobal.org/en/digital-media-literacy/what-is-an-echo-chamber/1/>

D'altra parte, stanno emergendo diverse opportunità nel campo dell'educazione ai media. L'opportunità principale è proprio l'Unione Europea, che sta guidando i governi nazionali verso una maggiore attenzione al problema. A partire dalle direttive europee, si stanno sviluppando piani d'azione nazionali che danno un nuovo impulso alla questione, finanziando progetti per educare e ridurre la disinformazione. Un'altra opportunità nasce come effetto dell'evento globale più catastrofico degli ultimi anni: la pandemia COVID-19. La necessità di mantenere vivo il lavoro e la formazione durante l'emergenza COVID-19 ha diffuso rapidamente la formazione a distanza e le pratiche di lavoro, superando le difficoltà fisiche. In questo modo, fare formazione diventa più facile, soprattutto per gli adulti, le lavoratrici e i lavoratori, le persone emarginate e quelle con difficoltà linguistiche e fisiche<sup>24</sup>. Un'altra opportunità viene dalla crescente collaborazione tra società civile, mondo accademico, organizzazioni dei media e aziende tecnologiche. La consapevolezza raggiunta sui media e sul loro potere può portare a strategie più efficaci per affrontare la disinformazione. Infine, è importante non trascurare l'ambivalenza che sta assumendo il fenomeno dell'intelligenza artificiale, una tecnologia sempre più elaborata ma anche più accessibile. Oggi i rischi relativi alla tutela dei diritti di proprietà intellettuale e alla diffusione di fake news sono la narrazione principale. Tuttavia, sarebbe importante esplorare maggiormente il potenziale delle IA nella lotta alla disinformazione. Poiché oggi l'IA è in grado di elaborare e analizzare un'enorme quantità di dati in tempi brevissimi, potrebbe trovare applicazioni nella verifica dei fatti, nel debunking e nel campo dell'istruzione ed essere un forte alleato in questo processo.

---

24 <https://www.wired.it/attualita/politica/2020/11/11/pandemia-lato-positivo-cose-importanti/>

# 5. Analisi del quadro giuridico

## IN BREVE:

Tutti i Paesi coinvolti danno priorità alla libertà di parola e di stampa, ma esistono differenze nella portata delle tutele e delle limitazioni legali.

Sebbene ogni Paese abbia un proprio quadro normativo per la supervisione dei media, gli obiettivi comuni sono quelli di garantire la libertà di parola, sostenere gli standard etici e salvaguardare l'interesse pubblico. Sfide come la regolamentazione dei contenuti online e la garanzia di indipendenza rimangono pertinenti in tutte le giurisdizioni.

Le leggi sulla trasparenza svolgono un ruolo fondamentale nel promuovere società informate e nel garantire la responsabilità nel panorama dei media. Sebbene ogni Paese debba affrontare sfide specifiche, l'impegno per la trasparenza rimane un filo conduttore.

Nella maggior parte dei Paesi non esistono leggi specifiche che trattino la disinformazione e la disinformazione; ogni Paese affronta questi fenomeni in modo diverso all'interno del proprio quadro giuridico.

Tutti e sei i Paesi utilizzano il diritto penale come strumento per combattere la diffusione di informazioni non veritiere, anche se le condizioni specifiche variano. I codici di condotta volontari e i meccanismi di autoregolamentazione contribuiscono a promuovere la fiducia nelle istituzioni dei media e a proteggere l'integrità giornalistica. Tuttavia, la loro efficacia dipende dall'impegno delle organizzazioni e delle e dei professionisti dei media ad aderire agli standard non vincolanti.

L'analisi che segue esamina i quadri giuridici e normativi di Austria, Cipro, Francia, Grecia, Italia e Lituania in materia di libertà di parola, libertà di espressione, libertà di stampa, trasparenza dei media e lotta alla disinformazione, anche attraverso il diritto penale e civile. Sebbene i metodi di ricerca e la struttura dell'indagine fossero gli stessi per tutti i Paesi, non è stato possibile raccogliere informazioni per alcuni di essi. Ciò dipende dalla composizione delle istituzioni e delle autorità pubbliche nel campo dei media dei Paesi coinvolti e dall'approccio legale con cui essi legiferano. Per questo motivo, in alcune sezioni non saranno presenti tutti i Paesi.

## > 5.1. Disposizioni costituzionali e legislative nazionali che tutelano la libertà di parola, di espressione e di stampa

L'Austria, Cipro, la Francia, la Grecia, l'Italia e la Lituania sono membri dell'Unione europea (UE); pertanto, sono vincolati dal diritto dell'UE, compresa la Carta dei diritti fondamentali dell'UE. Sono anche membri del Consiglio d'Europa e hanno ratificato la Convenzione europea dei diritti dell'uomo (CEDU), il cui articolo 10 rafforza il diritto alla libertà di espressione.

- ✓ **Austria:** la libertà di parola è tutelata costituzionalmente dall'art. 13 dello "Staatsgrundgesetz" (StGG), che garantisce il diritto alla libertà di espressione. 13 dello "Staatsgrundgesetz" (StGG), il quale garantisce a sua volta il diritto alla libertà di espressione delle opinioni. La legge sui media contiene disposizioni sulla tutela della riservatezza editoriale.
- ✓ **Cipro:** l'articolo 19 della Costituzione di Cipro sancisce la libertà di parola e di espressione, oltre alla libertà di stampa. La legge sulla stampa (legge 145/1989) garantisce la libera circolazione dei giornali e tutela il diritto delle e dei giornalisti a non rivelare le proprie fonti.
- ✓ **Francia:** la libertà di parola e di stampa è tutelata dalla Costituzione francese, in particolare dagli articoli 1-93. La Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino del 1789 sottolinea inoltre il valore della libera comunicazione di idee e opinioni. Anche la Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino del 1789 sottolinea il valore della libera comunicazione di idee e opinioni. La legge sulla stampa del 1881 definisce i diritti e le responsabilità della stampa. La legge sulla comunicazione audiovisiva del 1986 tutela la libertà di stampa e il diritto di espressione nel settore dei media audiovisivi.
- ✓ **Grecia:** l'articolo 14 della Costituzione greca contiene disposizioni sulla libertà di parola e di stampa. L'articolo 15 disciplina il cinema, la fonografia, la radio e la televisione, ponendo l'accento sulla trasmissione oggettiva delle informazioni e sullo sviluppo culturale.
- ✓ **Italia:** l'articolo 21 della Costituzione italiana tutela il diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero attraverso vari mezzi di diffusione. La legge sulla stampa 47/1948 regola le attività della stampa, comprese le norme sulla diffamazione e la tutela del diritto all'onore delle persone.
- ✓ **Lituania:** la Costituzione lituana, in particolare l'articolo 25, tutela la libertà di espressione, compresa la libertà di stampa. Il divieto di censura e monopolizzazione dei mezzi di comunicazione di massa è sancito anche dall'articolo 44.

Tutti e sei i Paesi danno priorità alla libertà di parola e di stampa, ma esistono variazioni nella portata delle tutele e delle limitazioni legali.

## > 5.2. Istituzioni ed enti nazionali responsabili della regolamentazione e della supervisione delle piattaforme televisive, radiofoniche e online

In Austria, Cipro, Francia, Grecia, Italia e Lituania, gli enti pubblici hanno il compito di supervisionare le operazioni dei media, rilasciare licenze, monitorare i contenuti e rispondere ai reclami.

- ✓ **Austria:** la Corte costituzionale è responsabile di giudicare i casi di violazione della libertà di parola, di stampa, ecc. L'autorità Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) è un'organizzazione indipendente che controlla i prodotti mediatici elettronici, audio e audiovisivi. Inoltre, supervisiona l'emittente di diritto pubblico ORF. L'associazione Presserat stabilisce standard etici per il giornalismo, promuovendo un'informazione di alta qualità da parte dei suoi membri (giornali, stazioni radio e TV).
- ✓ **Cipro:** l'Autorità radiotelevisiva di Cipro (CRTA) supervisiona le trasmissioni, rilasciando licenze e rispondendo ai reclami del pubblico in merito ai contenuti delle trasmissioni. Il Comitato per l'etica dei media di Cipro è un organismo di autoregolamentazione indipendente, istituito dall'Associazione degli editori di quotidiani e periodici, dai proprietari di media elettronici privati e dall'Unione dei giornalisti di Cipro. La Cyprus Advertising Regulation Organization (CARO) è un'organizzazione di autoregolamentazione il cui scopo principale è quello di supervisionare i contenuti pubblicitari su tutte le piattaforme mediatiche, assicurando che gli annunci siano conformi alle leggi e agli standard etici pertinenti.
- ✓ **Francia:** l'ARCOM è responsabile della supervisione dei settori dell'audiovisivo e della comunicazione digitale; concede licenze alle emittenti televisive e radiofoniche, regola i contenuti per garantire la conformità alle leggi francesi, controlla la proprietà dei media per evitare monopoli e protegge i minori dai contenuti dannosi. L'ARCEP è un ente regolatore che garantisce la regolamentazione dei settori delle comunicazioni elettroniche, dei servizi postali e della distribuzione della stampa.
- ✓ **Grecia:** il Segretariato generale per i media e la comunicazione supervisiona tutte le forme di comunicazione. Il Consiglio nazionale per la radio e la televisione (NCRTV) garantisce il rispetto delle norme in materia di radiodiffusione. In Grecia manca un organo di controllo specifico per i contenuti di Internet.
- ✓ **Italia:** l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) è l'autorità di regolamentazione indipendente che vigila sui media, compresi la televisione, la radio e il settore delle telecomunicazioni. Il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti (CNOG) è un organismo professionale che regola la professione giornalistica.
- ✓ **Lituania:** l'Autorità di regolamentazione delle comunicazioni della Repubblica di Lituania (CRA) regola i mercati delle comunicazioni elettroniche, postali e ferroviarie, garantendo una concorrenza leale e servizi favorevoli ai consumatori. Inoltre, supervisiona i fornitori di servizi fiduciari.

Sebbene ogni Paese abbia un proprio quadro normativo per la supervisione dei media, gli obiettivi comuni sono quelli di garantire la libertà di parola, sostenere gli standard etici e salvaguardare l'interesse pubblico. Sfide come la regolamentazione dei contenuti online e la garanzia di indipendenza rimangono pertinenti in tutte le giurisdizioni.

## > 5.3. Leggi sulla trasparenza delle piattaforme

In Austria, Cipro, Francia, Grecia, Italia e Lituania sono in atto quadri legislativi e iniziative per promuovere la trasparenza nel panorama dei media. Tutti e sei i Paesi, in quanto Stati membri dell'UE, dovranno attuare la Legge sui servizi digitali (DSA) e la Legge sui mercati digitali (DMA), che miglioreranno ulteriormente la trasparenza e la responsabilità nella sfera digitale.

- ✓ **Austria:** la Medientransparenzgesetz mira a garantire la trasparenza nel settore dei media. Questa legge obbliga le entità a riferire a KommAustria i costi legati alla pubblicità. Inoltre, il Presserat fornisce una piattaforma alle cittadine e ai cittadini per presentare reclami sulle trasgressioni dei media. Tuttavia, la funzione del Presserat non fa parte di alcuna legge, mentre il governo avrebbe intenzione di tagliare i suoi fondi.
- ✓ **Cipro:** a Cipro mancano leggi specifiche dedicate esclusivamente alla trasparenza delle piattaforme e all'alfabetizzazione mediatica.
- ✓ **Francia:** la legge del 2017 sulla fiducia nelle istituzioni pubbliche e la legge Sapin II mirano a combattere la corruzione, promuovere la trasparenza e garantire la responsabilità.
- ✓ **Grecia:** il quadro legislativo greco mira a promuovere la trasparenza, il pluralismo e l'uguaglianza nel settore dei media. Leggi come la 3592/2007 e la 4339/2015 e il decreto presidenziale 77/2003 sottolineano la parità di trasmissione delle informazioni e la trasparenza nella proprietà dei media.
- ✓ **Italia:** il quadro giuridico italiano promuove la trasparenza e l'accesso alle informazioni attraverso leggi come la 241/90 e il Decreto Trasparenza 33/2013. Queste leggi garantiscono l'accesso pubblico alle informazioni governative e promuovono la trasparenza nella pubblica amministrazione. Inoltre, leggi come la legge 150/2000 stabiliscono le linee guida per l'informazione dei media e la condotta delle giornaliste e dei giornalisti.
- ✓ **Lituania:** tra le leggi applicabili, è possibile citare la Legge sull'informazione pubblica, la Legge sul diritto di ricevere informazioni dalle istituzioni e dagli organi statali e comunali, la Legge sulla radio e la televisione nazionali, la Legge sulla protezione dei minori dagli effetti negativi dell'informazione pubblica e la Legge sulle comunicazioni elettroniche.

Le leggi sulla trasparenza svolgono un ruolo fondamentale nel promuovere società informate e nel garantire la responsabilità nel panorama dei media. Sebbene ogni Paese debba affrontare sfide specifiche, l'impegno per la trasparenza rimane un filo conduttore.

## > 5.4. Leggi specifiche sulla misinformazione e sulla disinformazione

- ✓ **Austria:** Attualmente, l'Austria non dispone di leggi che si occupino in modo specifico di disinformazione e misinformazione.
- ✓ **Cipro:** analogamente, Cipro non dispone di leggi specifiche per la disinformazione e la misinformazione. Per affrontare questi problemi vengono invece utilizzate le leggi penali e civili esistenti.
- ✓ **Francia:** il Codice penale francese comprende sezioni che trattano i reati di diffamazione, false informazioni e incitamento all'odio. La legislazione recente, tra cui la legge del 2021 che rafforza il rispetto dei principi della Repubblica e la legge del 2020 contro i contenuti d'odio su Internet, prende di mira i discorsi d'odio e la manipolazione delle informazioni online.
- ✓ **Grecia:** il decreto presidenziale 77/2003 contiene disposizioni che sottolineano la trasmissione di informazioni accurate da parte dei media. La legge 4855/2021 si concentra specificamente sulla diffusione di fake news, sia pubblicamente che attraverso

piattaforme online, se tali notizie hanno il potenziale di istigare paura o preoccupazione tra le e i cittadini, o di minare la fiducia del pubblico nell'economia nazionale, nelle capacità di difesa o nella salute pubblica.

- ✓ **Italia:** le leggi penali e civili vengono utilizzate per affrontare il problema della disinformazione e della misinformazione.
- ✓ **Lituania:** non esiste una legislazione che si occupi specificamente di disinformazione e misinformazione.

Nella maggior parte dei Paesi non esistono leggi specifiche che trattino la disinformazione e la misinformazione; ogni Paese affronta questi fenomeni in modo diverso all'interno del proprio quadro giuridico.

## > 5.5. Quadro generale del diritto penale in materia di calunnia, diffamazione e ingiuria e inclusione di disinformazione e misinformazione.

Il quadro generale del diritto penale in materia di diffamazione, calunnia e ingiuria in Austria, Cipro, Francia, Grecia, Italia e Lituania copre alcuni aspetti della disinformazione e della misinformazione.

- ✓ **Austria:** storicamente, il paragrafo 276 dello Strafgesetzbuch (codice penale) trattava la diffusione di voci false e preoccupanti, anche se senza una notevole applicazione. La legge del 2021 "Hass-im-Netz-Bekämpfungsgesetz" (legge sulla lotta all'odio in rete) ha reso più facile per i singoli individui citare in giudizio singoli post in rete che diffondono odio o violenza contro una singola persona o un gruppo per i motivi sopra citati. Nel 2023, la Corte di giustizia europea ha stabilito che questa legge violava la CEDU.
- ✓ **Cipro:** l'articolo 50 del Codice penale riguarda la diffusione di notizie o informazioni false che possono minare l'ordine pubblico o la fiducia nello Stato o nelle sue istituzioni, o causare paura o ansia nel pubblico o violare in qualsiasi modo la pace e l'ordine pubblico. Le sanzioni includono la reclusione e le multe. La legge sugli abusi di mercato del 2016 prende di mira specificamente la diffusione di fake news con l'intento di influenzare i mercati finanziari.
- ✓ **Francia:** la diffamazione è il reato principale e comprende sia la diffamazione scritta che quella orale. Inoltre, esiste il reato di pubblicazione di notizie false. Per la diffamazione, l'individuo deve sapere che l'informazione è falsa. Tuttavia, in alcuni casi, il reato sussiste se non si è tenuto conto della verità o della falsità delle informazioni. Le sanzioni per questi reati possono includere multe e reclusione, a seconda della gravità del reato.
- ✓ **Grecia:** l'articolo 362 del Codice Penale mira a combattere le false dichiarazioni che ledono l'onore o la reputazione di una persona. La severità delle pene aumenta in caso di reati commessi pubblicamente o attraverso canali online. L'articolo 363 del Codice Penale prevede la reclusione per la diffusione consapevole di falsità, con pene ancora più severe per la diffusione online.
- ✓ **Italia:** l'articolo 595 del Codice Penale prevede sanzioni penali per chi offende la reputazione altrui. Se l'offesa è commessa attraverso la stampa o qualsiasi altro mezzo di pubblicità, le sanzioni sono più severe. Nel caso della diffamazione, è irrilevante che l'offesa sia vera o falsa. Infatti, l'offesa è limitata al danno morale della persona offesa. La norma si applica anche nel caso di diffusione e pubblicazione di contenuti diffamatori online.
- ✓ **Lituania:** l'articolo 154 del Codice penale stabilisce che chiunque diffonda informazioni non veritiere su un'altra persona, che possano denigrare o umiliare tale persona o minare la fiducia in essa, commette un reato penale e prevede multe o la reclusione per tale reato. Le informazioni possono essere diffuse in forma scritta, orale o in altra forma materiale.

Tutti i Paesi utilizzano il diritto penale come strumento per combattere la diffusione di informazioni non veritiere, anche se le condizioni specifiche variano.

## > 5.6. Quadro normativo civile in materia di calunnia, diffamazione, ingiuria e inclusione di disinformazione e misinformazione

Il quadro normativo civile offre la possibilità di affrontare i problemi di diffamazione, calunnia e ingiuria, che possono estendersi alla disinformazione e alla misinformazione.

- ✓ **Cipro:** il quadro normativo cipriota in materia di diritto civile offre la possibilità di ricorrere alla disinformazione e alla misinformazione attraverso le leggi sulla diffamazione (legge sui reati civili, capitolo 148). La diffamazione comprende dichiarazioni false che danneggiano la reputazione di una persona o la espongono al disprezzo o al ridicolo. Il querelante deve dimostrare la falsità della dichiarazione, la sua diffusione ad almeno un'altra persona, l'identificazione del soggetto, il danno alla reputazione e il dolo o la negligenza. Le difese nei casi di diffamazione includono la verità, il privilegio e il giusto commento. I rimedi per la diffamazione possono comprendere il risarcimento dei danni o le ingiunzioni.
- ✓ **Francia:** le cause di diffamazione civile in Francia richiedono tipicamente che il querelante dimostri la falsità della dichiarazione, il danno alla reputazione o agli interessi economici, la negligenza o il dolo. Le difese nei casi di diffamazione includono la verità, il privilegio, le opinioni o l'interesse pubblico. Il risarcimento richiesto nelle cause di diffamazione civile può coprire sia i danni materiali che quelli morali.
- ✓ **Italia:** la legge sulla diffamazione (legge 47/1948) tutela l'onore delle persone. Pur non essendo specificamente rivolta alla disinformazione, la legge cerca di bilanciare la libertà di espressione con la tutela dei diritti della personalità. La legge consente l'esercizio del diritto di informare, anche se ciò comporta una lesione dei diritti della personalità altrui, a condizione che l'informazione sia di interesse pubblico, obiettiva e sostanzialmente vera.
- ✓ **Lituania:** ai sensi dell'articolo 2.24 del Codice civile, una persona ha il diritto di chiedere in tribunale il rifiuto di dati pubblicati che umiliano il suo onore e la sua dignità e non corrispondono alla realtà, nonché il risarcimento dei danni materiali e morali causati dalla diffusione di tali dati.

Da questa analisi emergono alcuni elementi comuni. Per avere successo in una causa per diffamazione, il querelante deve generalmente provare la falsità della dichiarazione, la sua diffusione ad almeno un'altra persona, l'identificabilità del soggetto, il danno alla reputazione e il dolo o la negligenza a seconda delle circostanze del caso. Le difese nei casi di diffamazione includono la verità, il privilegio e il giusto commento. I rimedi per la diffamazione comprendono il risarcimento dei danni o le ingiunzioni che impediscono l'ulteriore diffusione di materiale diffamatorio.

## > 5.7. Strumenti normativi non vincolanti emanati a livello nazionale

Gli strumenti di normativi non vincolanti integrano la legislazione e i regolamenti promuovendo un giornalismo responsabile e sostenendo i valori democratici.

- ✓ **Austria:** il Presserat è un'istituzione di autoregolamentazione che controlla il rispetto di un codice etico adottato dai suoi membri, tra cui i principali operatori del settore dei media austriaci. Il codice stabilisce standard elevati di accuratezza, distingue tra opinioni e articoli fattuali, affronta l'influenza di terzi e delinea vari principi del lavoro giornalistico.
- ✓ **Cipro:** il Codice di etica giornalistica si basa sul principio dell'autoregolamentazione ed è stato ratificato da vari organismi che rappresentano l'industria dei media. La legge cipriota sulle stazioni radiotelevisive autorizza l'Autorità CRTA a imporre sanzioni amministrative ai fornitori di servizi di media audiovisivi in caso di violazione del Codice di etica giornalistica.



- ✓ **Francia:** il Consiglio della stampa francese è un organo di autoregolamentazione indipendente per la stampa e i media digitali. Iniziative come l'Osservatorio europeo dei media digitali e organizzazioni di verifica dei fatti come "Les Décodeurs" e "CheckNews" contribuiscono a combattere la disinformazione e a promuovere un giornalismo etico.
- ✓ **Grecia:** il Codice di etica professionale e responsabilità dei giornalisti fornisce i principi guida per la condotta giornalistica. Questo codice enfatizza la veridicità, la non discriminazione, la tutela della privacy e la responsabilità dei servizi giornalistici.
- ✓ **Italia:** il Codice deontologico dei giornalisti, incluso nella legge 675/96, fornisce linee guida etiche e professionali per le e i giornalisti. Elaborato dall'Ordine dei Giornalisti, questo codice enfatizza principi quali l'obiettività, l'imparzialità, il rispetto della dignità umana, l'accuratezza, l'indipendenza e la difesa della libertà di stampa.
- ✓ **Lituania:** il Codice etico dei giornalisti e degli editori lituani funge da strumento normativo non vincolante per guidare la condotta giornalistica e promuovere gli standard etici nel settore dei media.

I codici di condotta volontari e i meccanismi di autoregolamentazione contribuiscono a promuovere la fiducia nelle istituzioni dei media e a proteggere l'integrità giornalistica. Tuttavia, la loro efficacia dipende dall'impegno delle organizzazioni e delle e dei professionisti dei media ad aderire agli standard non vincolanti.

## > 5.8. Iniziative legislative nuove e rilevanti/modifiche della legislazione esistente in corso

Austria, Cipro, Francia e Lituania esplorano iniziative ed emendamenti legislativi per combattere la diffusione di informazioni false e sostenere l'integrità giornalistica.


- ✓ **Austria:** il governo austriaco sta preparando una legge ("Bundesgesetz über die Förderung des qualitätsvollen Journalismus in Medien des Print- und Online-Bereichs") per stabilire standard di qualità e trasparenza più elevati, in particolare per quanto riguarda le pubblicità finanziate con fondi pubblici. L'iniziativa mira a includere i fornitori di media online. Inoltre, il governo prevede di introdurre una legge sulla libertà d'informazione che garantisca la pubblicazione proattiva delle informazioni pubbliche a partire dal 2025. Mentre l'Ufficio per la protezione dello Stato cerca di migliorare gli strumenti di monitoraggio per combattere le fake news e la disinformazione, non ci sono ancora piani concreti per modificare la legislazione.
- ✓ **Cipro:** nonostante le numerose discussioni sulla criminalizzazione dei contenuti offensivi online, a Cipro non ci sono state iniziative legislative concrete in materia di fake news.
- ✓ **Francia:** la Francia sta valutando le implicazioni dei regolamenti dell'UE, in particolare il Digital Services Act (DSA) e il Digital Markets Act (DMA), che mirano a migliorare la trasparenza e la responsabilità delle piattaforme online e dei social media in tutti gli Stati membri dell'UE.
- ✓ **Lituania:** il governo lituano ha appoggiato una legge che obbliga i social network a rimuovere la disinformazione diffusa da profili falsi o bot.

Mentre l'Austria e la Lituania stanno perseguendo attivamente misure legislative per regolamentare i contenuti online e sostenere il giornalismo di qualità, Cipro è ancora in fase di discussione per quanto riguarda la potenziale criminalizzazione dei comportamenti offensivi online.

# 6. Panoramica delle esigenze del gruppo di riferimento e analisi delle possibilità, degli ostacoli, dei bisogni e delle preoccupazioni

Questa sezione presenterà i risultati più importanti della ricerca sul campo, condotta coinvolgendo i principali gruppi di riferimento e stakeholder, come specificato nella sezione Metodologia. Questa parte della ricerca svolge un ruolo essenziale poiché fornisce le prospettive non solo delle persone che lavorano con i media e con il settore dell'informazione e dell'educazione, ma anche dei potenziali beneficiari adulti del progetto. In particolare, è fondamentale per sviluppare contenuti su misura e vicini alle reali esigenze delle persone e per conoscere la loro percezione dei media.

In totale, il partenariato è riuscito a coinvolgere 74 persone, suddivise secondo i seguenti profili e Paesi:

	Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci ITALIA	SYNCNIFY FRANCIA	Athens Lifelong Learning Institute (ALLI) GRECIA	VšĮ Socialinių inovacijų centras (SOCIN) LITUANIA	Neapolis University Pafos (NUP) CIPRO	BürgerInnen Forum Europa (BFE) AUSTRIA	TOTALE PERSONE COINVOLTE PER PROFILO
Pubblico in generale (adulti)	5	4	20	5	5	6	45
Educatrici/educatori per adulti	1	1	2	1	3	0	7
Esperte/i di digitalizzazione e sviluppatrici/sviluppatori web	1	1	3	1	0	1	6
Governo o autorità pubbliche locali o regionali	0	1	0	1	2	1	5
Esperte/i legali	1	1	0	1	0	1	4
Agenzie e canali di informazione	1	1	1	0	0	1	4
Influencer dei social media	0	1	0	1	0	1	3
TOTALE PER PAESE	9	10	24	10	10	11	74

# Gruppi di discussione

## IN BREVE:

- **Disinformazione e misinformazione**

In alcuni Paesi, la distinzione non è riconosciuta soprattutto per motivi linguistici. In generale, entrambi i fenomeni sono considerati pericolosi. Alcuni ritengono che la disinformazione sia più dannosa perché progettata per causare danni intenzionali.

- **Atteggiamento verso i media**

Crescenti critiche ai media tradizionali in quanto non obiettivi. Preferenza per i media online e preoccupazione per l'influenza dell'intelligenza artificiale sulla credibilità delle informazioni. In generale, tendenza a preferire fonti di informazione certificate e di alta qualità.

- **Lezioni apprese ed esperienze – Social network**

Accettazione generale dei social media come strumento di informazione. Maggiore consapevolezza dei rischi associati all'uso dei social media. Importanza dei social media per la copertura di argomenti non trattati dai media tradizionali. Consapevolezza generale dei rischi della disinformazione e della manipolazione delle notizie sui social media.

- **Trade-off: qualità o quantità**

Preferenza generale per le informazioni di alta qualità, anche se ciò significa riceverne meno. Consapevolezza della necessità di una maggiore attenzione alla qualità del giornalismo.

- **Pensiero critico e analisi**

Consapevolezza della complessità del discernimento della verità e dell'interpretazione accurata e obiettiva delle notizie. Emozioni negative quando si scopre che una notizia considerata vera è falsa.

- **Misure proattive e formazione**

Importanza di fornire strumenti per valutare l'affidabilità delle informazioni e distinguere tra notizie verificate e fake news. Enfasi generale sull'educazione al pensiero critico, alla sicurezza delle informazioni e alla privacy dei dati. Adattamento dei programmi alle situazioni di emergenza e differenziazione dell'insegnamento in base all'età, alla professione o agli interessi.

Tutti i partner del progetto hanno organizzato dei gruppi di discussione, coinvolgendo almeno cinque adulti di età compresa tra i 18 e i 65 anni.

I gruppi di discussione sono stati strutturati per sei aree tematiche al fine di affrontare diversi aspetti legati all'argomento. Le aree tematiche sono state: Disinformazione e misinformazione; Atteggiamento verso i media; Lezioni apprese ed esperienze: social network; Trade-off: qualità o quantità?; pensiero critico e analisi; misure proattive e formazione. Di seguito verrà fornita una sintesi comparativa dei risultati della ricerca; per maggiori informazioni si rimanda alla ricerca su ciascun Paese, disponibile su richiesta. È bene ricordare che questi risultati non hanno la pretesa di avere una validità statistica, ma servono piuttosto a osservare molteplici punti di vista e temi cari al pubblico di riferimento del progetto.

## > Disinformazione e misinformazione

Per cominciare, è stato chiesto alle e ai partecipanti se conoscessero la distinzione tra disinformazione e misinformazione e quale delle due considerassero più pericolosa. I risultati variano: in alcuni Paesi la distinzione tra i due termini non è nota, soprattutto per motivi linguistici, perché non esiste un corrispondente per il termine "misinformazione" e si tende a considerarlo sinonimo di disinformazione. In **Italia**, la distinzione tra disinformazione e misinformazione non è chiara a molte e molti partecipanti. Tuttavia, c'è un consenso generale sul fatto che entrambi i fenomeni sono pericolosi. La misinformazione è percepita erroneamente come un'informazione distorta con un grado minimo di veridicità, mentre la disin-

formazione è vista come una notizia completamente sbagliata. A **Cipro**, le e i partecipanti hanno capito le differenze tra i due concetti, ma hanno trovato difficile definirli. Alcuni ritenevano che fossero diversi in termini di scala di imprecisione, mentre altri ritenevano che entrambi fossero ugualmente pericolosi. In **Lituania**, la maggior parte delle e dei partecipanti non conosceva la distinzione tra disinformazione e misinformazione ed erano curiosi di comprenderla. Alcune persone pensavano che si trattasse di fenomeni simili e non vedevano alcuna differenza. In **Grecia**, è emerso che la disinformazione è considerata più pericolosa della misinformazione perché è appositamente progettata per causare danni intenzionali. Tuttavia, secondo le e i partecipanti greci, entrambi i fenomeni possono avere un impatto negativo sulla società, soprattutto tra le e i cittadini più anziani e i gruppi vulnerabili. In **Austria** e **Francia**, l'intero gruppo di partecipanti era ben informato sulla differenza tra i due concetti. Si concorda sul fatto che la disinformazione intenzionale sia più pericolosa, soprattutto in relazione alle recenti crisi come la pandemia di Covid19 e i conflitti internazionali, che hanno contribuito alla diffusione di fake news.

## > Atteggiamento verso i media

Alle e ai partecipanti è stato chiesto con quale mezzo di informazione si sentono più sicuri e perché. In **Italia**, la sfiducia nei confronti dei media tradizionali è chiaramente evidente, con una preferenza per le fonti online come i podcast e i social media. Ciò suggerisce una crescente ricerca di autenticità e trasparenza nelle informazioni, con una maggiore fiducia nelle fonti gestite da singoli piuttosto che da grandi organizzazioni mediatiche. Anche a **Cipro**, prevale la sfiducia nei confronti dei media tradizionali, con una preferenza per le fonti online che offrono punti di vista variegati. Tuttavia, a differenza dell'Italia, sembra che le e i partecipanti ciprioti siano più propensi a consultare più fonti per avere una visione più completa degli eventi. In **Francia**, le fonti più utilizzate sono la TV e i social network, scelti più per abitudine che per la necessità di reperire informazioni. In **Austria**, le e i partecipanti utilizzano una varietà di fonti, che vanno dai giornali tradizionali ai media sensazionalistici. Tuttavia, sta emergendo una critica nei confronti dei media pubblici, considerati poco obiettivi e orientati a una specifica fascia d'età, il che indica una maggiore attenzione alla pluralità delle fonti e alla loro neutralità nella copertura delle notizie. In **Grecia**, le e i partecipanti cercano soprattutto fonti di informazione affidabili e verificate, con una preferenza per i media online, dove è possibile effettuare un controllo incrociato delle informazioni. La preoccupazione per l'influenza dell'intelligenza artificiale sulla credibilità delle informazioni è un tema ricorrente, che indica una crescente consapevolezza dei rischi associati alla manipolazione delle notizie. Infine, in **Lituania**, sebbene ci sia una certa fiducia nei notiziari televisivi, le e i partecipanti sono comunque consapevoli del rischio di misinformazione e cercano quindi di confermare le notizie attraverso fonti affidabili. Inoltre, alcune persone mostrano fiducia nei commentatori politici, considerati anch'essi come fonti affidabili. In generale, quindi, emerge una tendenza verso **una maggiore sfiducia nei confronti dei media tradizionali e una preferenza per le fonti online e altre fonti alternative in tutti i Paesi partner**. Tuttavia, **esistono differenze significative nell'approccio alla ricerca di informazioni affidabili e nell'atteggiamento** nei confronti dei media pubblici, il che indica l'importanza di considerare il contesto culturale e sociale di ciascun Paese quando si analizza il comportamento dei media.

## > Lezioni apprese ed esperienze: social network

Al momento di esprimere il loro parere sui social media, le e i partecipanti hanno condiviso opinioni e atteggiamenti molto diversi, il che riflette le differenze culturali ed esperienze individuali. In **Italia**, è emersa un'ampia accettazione dell'utilità dei social network come strumento per tenersi informati. In particolare, sono state evidenziate come positive la diversità degli argomenti trattati e l'immediatezza delle informazioni disponibili. Alcune persone, soprattutto le più giovani, hanno menzionato l'utilizzo di piattaforme come Instagram e Facebook per seguire notizie e aggiornamenti, mentre altre hanno espresso la loro preferenza per piattaforme come Telegram per partecipare a gruppi tematici e condividere informazioni con persone con interessi simili. Tuttavia, è emersa anche la consapevolezza della necessità di verificare l'affidabilità delle fonti e l'accuratezza delle informazioni, data la diffusa presenza di misinfor-

mazione, in particolare sui social media. A **Cipro**, le e i partecipanti hanno mostrato atteggiamenti simili nei confronti dell'uso dei social media come fonte di informazioni. Hanno sottolineato la convenienza e l'accessibilità delle informazioni, ma hanno anche espresso preoccupazione per la diffusione di fake news e disinformazione. Alcune persone hanno sottolineato la necessità di essere cauti nel selezionare le fonti e valutare le informazioni reperite sui social media. In **Francia**, l'intero gruppo concorda sull'utilità dei social network e li utilizza regolarmente, senza alcuna differenza di opinione. Anche chi preferisce il giornale come fonte di informazioni riconosce l'utilità dei social network. In **Austria**, le opinioni erano più divergenti rispetto agli altri Paesi. Mentre alcune persone hanno dichiarato di non utilizzare affatto i social media per tenersi informate, altre ne hanno riconosciuto il valore come fonte di notizie. Tuttavia, si è diffusa la consapevolezza dei rischi associati al loro utilizzo, come la polarizzazione e la mancanza di dialogo tra gruppi con opinioni diverse. In **Grecia**, le e i partecipanti hanno sottolineato l'importanza dei social media nel coprire argomenti non trattati dai media tradizionali e nel facilitare la condivisione di informazioni tra gruppi con interessi simili. Tuttavia, è stata espressa preoccupazione per i rischi associati alla diffusione di fake news e alla raccolta di dati personali. Infine, in **Lituania**, le e i partecipanti hanno riconosciuto l'utilità dei social media nel fornire informazioni, ma hanno anche sottolineato i rischi associati alla privacy e alla possibilità di essere esposti online. Alcune persone hanno espresso la necessità di essere critici nei confronti delle informazioni reperite sui social media e di verificarne la credibilità. Nel complesso, i risultati riflettono una **diffusa consapevolezza dell'importanza dei social media come fonte di informazioni, ma anche dei rischi associati al loro utilizzo**. Emergono preoccupazioni relative alla diffusione della disinformazione e della disinformazione, nonché alla privacy e alla sicurezza online. Tuttavia, si riconosce anche il valore dei social media nel facilitare la condivisione di informazioni e la partecipazione a comunità online con interessi comuni.

### > Trade-off: qualità o quantità?

Alle e ai partecipanti è stato chiesto se, in un paradossale trade-off, preferirebbero ricevere meno informazioni, ma di qualità certificata e sottoposte ad un lento processo di verifica, oppure avere un flusso costante di informazioni, come avviene oggi, senza avere la garanzia che siano vere al 100%. I risultati mostrano una forte tendenza comune a preferire informazioni affidabili e di alta qualità, sebbene questa preferenza sia espressa in modi leggermente diversi. In **Italia**, le e i partecipanti hanno sottolineato l'importanza di avere informazioni certificate e di qualità, anche se questo potrebbe significare meno notizie. Alcuni hanno sottolineato la necessità di un maggiore controllo sulla fonte delle informazioni per garantirne l'affidabilità. È emersa anche la preferenza per una selezione più accurata delle notizie, piuttosto che per una sovrabbondanza di informazioni di bassa qualità. A **Cipro**, la maggior parte delle e dei partecipanti concorda sull'importanza di entrambi gli elementi, ma sottolinea la preferenza per la qualità rispetto alla quantità. Alcuni hanno evidenziato il problema delle teorie cospirative che invadono i social media e la difficoltà di distinguere tra verità e cospirazione. Ciò suggerisce una crescente consapevolezza dei rischi associati alla diffusione di informazioni non verificate e non certificate. Anche in **Austria**, così come in **Lituania** e in **Francia**, tutte e tutti i partecipanti hanno optato per un numero minore di informazioni ma di qualità superiore, indicando una preferenza per le informazioni basate sulla qualità piuttosto che sulla quantità. In **Grecia**, la maggior parte delle e dei partecipanti ha evidenziato l'importanza del pensiero critico e, come negli altri Paesi, ha concordato sulla preferenza per le informazioni di alta qualità. Si è discusso anche della percezione, a volte errata, che Internet contenga solo informazioni di bassa qualità ed è emersa la necessità di porre maggiormente l'accento sul giornalismo di qualità.

### > Pensiero critico e analisi

Per quanto riguarda il pensiero critico, è stato chiesto alle e ai partecipanti quanto riescano ad essere obiettivi quando leggono le notizie, quali siano le loro reazioni quando scoprono che una notizia a cui credevano si rivela falsa e se ritengano che sia sempre possibile conoscere la verità. I risultati indicano una generale consapevolezza della difficoltà di discernere la verità e di interpretare le notizie in modo

accurato e obiettivo, con differenze nei livelli individuali di fiducia nella propria capacità e nelle reazioni emotive alla scoperta di fake news. In particolare, in **Italia** e in **Austria**, le e i partecipanti hanno espresso una certa fiducia nella loro capacità di leggere le notizie in modo critico, soprattutto su argomenti di loro interesse. Tuttavia, quando si trovano di fronte a notizie che si rivelano false dopo essere state considerate affidabili, provano un senso di scoraggiamento e sfiducia. Ciò suggerisce una consapevolezza della complessità nel discernere la verità e una certa cautela nell'affidarsi ciecamente alle fonti di informazione. A **Cipro** e in **Francia**, le e i partecipanti riconoscono l'importanza di leggere le notizie in modo critico, ma sono meno fiduciosi nella loro capacità di farlo con successo. Quando scoprono che una notizia a cui avevano creduto si rivela falsa, provano delusione, anche se alcuni ritengono che la natura della notizia influenzi il grado di reazione emotiva. In **Grecia**, c'è una maggiore consapevolezza dei limiti nella capacità di leggere le notizie in modo critico e obiettivo. Le e i partecipanti sottolineano l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica e del pensiero critico, riconoscendo la complessità di discernere la verità in un'epoca di informazioni abbondanti e spesso contraddittorie. In Lituania, le e i partecipanti riconoscono la necessità di valutare le notizie in modo critico, ma ammettono di non farlo sempre attivamente. Quando scoprono che una notizia che ritenevano vera si rivela falsa, provano una serie di emozioni negative, il che evidenzia la scarsa fiducia nelle fonti di informazione. .

## > Misure proattive e formazione

Come ultima domanda, è stato chiesto alle e ai partecipanti quali argomenti ritengono debbano essere inclusi in un programma di educazione ai media, dal punto di vista di chi consuma le informazioni. Le e i partecipanti di tutti i Paesi hanno concordato sull'importanza di **fornire strumenti per valutare l'affidabilità delle informazioni, insegnare metodi per distinguere le notizie verificate da quelle false e sviluppare le competenze di base per interpretare correttamente le informazioni e analizzare le fonti**. Inoltre, è importante migliorare la lettura critica delle notizie, incoraggiando la capacità di riconoscere le informazioni non verificate o false. Ciò include anche la **formazione sul funzionamento dei media e l'analisi dei messaggi nascosti nei loro contenuti**. Parallelamente, si dovrebbero fornire **indicazioni pratiche su come verificare correttamente le informazioni e promuovere l'attenzione alle fonti affidabili**. Inoltre, viene sottolineata l'importanza di sviluppare il pensiero critico e la capacità di formare opinioni informate, così come l'educazione alla sicurezza informatica e alla **privacy dei dati**. È fondamentale adattare il programma alle situazioni in continua evoluzione, soprattutto in tempi di crisi, come guerre o altre emergenze. Infine, è stato suggerito che l'alfabetizzazione mediatica dovrebbe essere insegnata in modo differenziato a seconda dell'età, della professione o degli interessi, includendo anche altri argomenti come l'**intelligenza artificiale** e le pratiche giornalistiche ed **etiche**.

# Interviste individuali

## IN BREVE:

### ● **Educatrici ed educatori per adulti**

Adattamento dei contenuti agli interessi e alle esperienze degli adulti con i media. Sessioni pratiche e approcci interattivi come la gamification. Importanza della sensibilizzazione sull'impatto dei media digitali sulle decisioni del mondo reale. Necessità di combattere i discorsi d'odio. Flessibilità e aggiornamento costante dei contenuti per adattarsi all'evoluzione dei media.

### ● **Esperte/i di digitalizzazione e sviluppatrici/sviluppatori web**

L'intelligenza artificiale (AI) è fondamentale per gestire grandi quantità di dati. L'intelligenza artificiale come strumento per identificare le fonti di fake news e rilevare i contenuti manipolati. Preoccupazione per il potenziale di diffusione della disinformazione da parte dell'IA. Pratiche innovative come il giornalismo partecipativo e strumenti come i plugin per Internet.

### ● **Governo e autorità pubbliche**

Approcci per garantire informazioni di qualità e migliorare i programmi di alfabetizzazione mediatica. Applicazione più rigorosa delle leggi e dei regolamenti europei esistenti. Promozione delle competenze di verifica dei fatti tra cittadine e cittadini. Campagne di sensibilizzazione e risorse come CheckMate per combattere la disinformazione. Forte ruolo dell'UE nel promuovere la competenza dei media tra le elettrici e gli elettori.

### ● **Esperte/i legali**

Cooperazione internazionale nella lotta alla disinformazione. Necessità di normative e campagne di sensibilizzazione a livello europeo. Regolamentazione più severa delle piattaforme sociali e leggi contro l'odio. Integrazione dell'alfabetizzazione mediatica nei programmi scolastici. Misure come l'identificazione personale per l'accesso a Internet per combattere le fake news.

### ● **Agenzie di stampa**

Nuovo ruolo delle giornaliste e dei giornalisti nell'era digitale. Importanza della verifica dei fatti e della trasparenza. Opportunità e rischi associati ai social media. Sfida di mantenere la credibilità nonostante il sovraccarico di informazioni. Importanza di bilanciare visibilità e affidabilità.

### ● **Influencer dei social media**

Responsabilità condivisa di diffondere informazioni accurate. Necessità di promuovere l'alfabetizzazione mediatica. Necessità di impegnarsi attivamente nella consapevolezza critica e nella verifica delle informazioni. Importanza della collaborazione tra influencer, piattaforme sociali e istituzioni educative.

In questa sezione verranno riassunti i risultati delle interviste con gli stakeholder del progetto. Le figure professionali che operano nel campo dei media e dell'istruzione che sono state identificate come categorie di stakeholder sono le seguenti:

- ✓ Educatrici ed educatori per adulti
- ✓ Esperte/i di digitalizzazione e sviluppatrici/sviluppatori web
- ✓ Governo o autorità pubbliche locali o regionali
- ✓ Esperte/i legali
- ✓ Agenzie e canali di informazione
- ✓ Influencer dei social media

A tutte le persone intervistate sono state poste le stesse domande dei gruppi di discussione e alcune domande più inerenti al loro lavoro sul tema dell'alfabetizzazione mediatica.

## > Educatrici ed educatori per adulti

In questa categoria, l'attenzione si è concentrata maggiormente su quali argomenti dovrebbero essere inclusi in un programma educativo di alfabetizzazione mediatica, su come aumentare il coinvolgimento degli adulti e su quali strumenti o metodi educativi innovativi possono essere utilizzati. In generale, le e i partecipanti hanno affermato che per garantire un programma educativo efficace è fondamentale adottare un approccio coinvolgente e diretto che tenga conto delle esperienze e conoscenze pregresse delle e dei partecipanti sull'uso dei media e dei social media. Partendo da questa base, è possibile costruire un corso di formazione che fornisca gli strumenti necessari per comprendere e valutare in modo critico le informazioni reperite online. Ciò potrebbe includere sessioni pratiche in cui gli adulti possono esplorare le varie caratteristiche dei social media e imparare a distinguere tra fonti attendibili e fake news. Inoltre, è importante rendere gli adulti consapevoli dell'impatto che il mondo digitale può avere su quello reale, evidenziando come le informazioni veicolate dai media possano influenzare opinioni, emozioni e decisioni quotidiane. Questo aspetto è piuttosto cruciale perché può essere interconnesso anche al problema dei discorsi d'odio, diffuso in molti ambienti online. Per aumentare l'interesse e il coinvolgimento degli adulti è fondamentale rendere i contenuti rilevanti per la loro vita quotidiana e le loro aree di interesse, ad esempio trattando argomenti come l'uso delle immagini sui social media o l'impatto della comunicazione digitale sulle relazioni interpersonali. L'utilizzo di approcci interattivi, come discussioni di gruppo, attività pratiche e simulazioni di situazioni reali, può aiutare gli adulti a comprendere meglio i concetti trattati e ad applicarli nella loro vita quotidiana (ad esempio includendo la gamification). Infine, è importante garantire che i programmi siano flessibili e in grado di adattarsi alle situazioni mutevoli e alle nuove sfide che possono emergere nell'ambiente mediatico contemporaneo. Ciò può richiedere un costante aggiornamento dei contenuti e l'integrazione di nuovi strumenti e risorse educative, soprattutto in periodi di crisi come guerre o emergenze sanitarie. In questo modo, sarà possibile fornire agli adulti le competenze necessarie per navigare in modo critico e consapevole nell'attuale panorama mediatico.

## > Esperte/i di digitalizzazione e sviluppatrici/sviluppatori web

A questa categoria è stato chiesto innanzitutto quali sono le principali innovazioni che possono essere adattate al mondo delle notizie. Le risposte sono state unanimi: nel mondo digitale, l'innovazione principale è l'intelligenza artificiale (AI), che può gestire grandi quantità di dati e organizzare le informazioni in modo efficiente, aiutando gli esseri umani a elaborare le informazioni. Tuttavia, l'IA suscita preoccupazioni per la manipolazione delle discussioni pubbliche e la diffusione di informazioni errate. Allo stesso tempo, la crescente disponibilità di tecnologie alimentate dall'IA potrebbe portare alla creazione di notizie generate da algoritmi. Altri sviluppi includono il giornalismo partecipativo, segnalato in alcuni



casi come una tendenza positiva. Anche Internet e i podcast sono considerati innovazioni importanti nel settore delle notizie, soprattutto per l'impatto che le loro nuove applicazioni stanno generando. Alla domanda "Quali sono gli strumenti che possono essere sviluppati per scoprire la veridicità delle notizie in circolazione?" la risposta è stata sempre incentrata sull'IA, la quale può essere addestrata per identificare in modo indipendente le fonti delle notizie e per rilevare quali foto e video sono stati creati artificialmente, anche se questo processo è ancora nella fase iniziale. L'uso dell'intelligenza artificiale e dei servizi di geolocalizzazione può infatti essere molto utile, così come altri strumenti di verifica dei fatti e piattaforme informative. Tuttavia, poiché le fake news cambiano con la stessa rapidità con cui vengono create, sviluppare strumenti efficaci è piuttosto difficile, ed è quindi necessario che le cittadine e i cittadini sviluppino un pensiero critico e analitico. Infine, alla domanda su come gli algoritmi dei motori di ricerca e dei social network possano migliorare la qualità delle informazioni, le persone intervistate hanno citato alcuni approcci interessanti. Uno di questi consiste nell'utilizzare gli algoritmi per identificare l'origine delle notizie, evitando la diffusione di articoli privi di contenuti sostanziali e analizzando attentamente il testo rispetto al titolo per individuare le discrepanze. Tuttavia, la volontà delle aziende di social media è fondamentale per apportare cambiamenti significativi, poiché le modifiche agli algoritmi possono influire direttamente sulle entrate e sull'interazione degli utenti. È quindi necessario migliorare le normative e il quadro legale per incentivare un comportamento responsabile da parte delle piattaforme. È possibile monitorare gli algoritmi e sviluppare sistemi per prevedere l'affidabilità delle notizie, anche se l'implementazione su larga scala richiede la rielaborazione di una massa enorme di dati. Inoltre, l'uso di algoritmi di intelligenza artificiale per filtrare lo spam e ridurre la pubblicità potrebbe contribuire a migliorare l'esperienza degli utenti.

### > **Governo o autorità pubbliche locali o regionali**

Le interviste hanno coinvolto anche le autorità pubbliche nel campo dei media e dell'istruzione. Tuttavia, in alcuni casi è stato difficile rintracciarle, il che indica da un lato una distanza significativa in alcuni Paesi tra le autorità e la popolazione, dall'altro la mancanza di ruoli istituzionali chiari e uniformemente diffusi nei diversi Paesi. Le autorità coinvolte sono state interrogate fondamentalmente su due temi principali: a) come le leggi possono garantire ulteriormente un'informazione di qualità e proteggere la comunità e il processo democratico dall'impatto della disinformazione e della misinformazione; b) cosa possono fare i governi o le autorità pubbliche locali e regionali per migliorare l'efficacia dei programmi di alfabetizzazione mediatica per adulti. Per quanto riguarda la prima domanda, le risposte evidenziano approcci diversi per garantire un'informazione di qualità. A **Cipro** si propongono pene più severe e la loro rigorosa applicazione; in Francia si sottolinea la difficoltà di applicare leggi severe senza compromettere la democrazia, soprattutto sui social media. L'**Austria** promuove l'adozione di regolamenti europei come il Digital Services Act per aumentare la trasparenza online e contrastare la disinformazione, insistendo sull'importanza di un'applicazione rigorosa di tali regolamenti. Infine, la Lituania propone di rafforzare la libertà di parola e l'etica giornalistica come misura preventiva. Per quanto riguarda le azioni per aumentare l'efficacia dei programmi di alfabetizzazione mediatica, **Cipro** suggerisce un approccio che si concentra sulla corretta informazione attraverso l'organizzazione di seminari, conferenze e workshop, che mirano a fornire una comprensione adeguata delle questioni legate ai media. In Francia, si propone un maggiore coinvolgimento e lo stanziamento di risorse per l'aggiornamento e l'ottimizzazione dei programmi educativi, oltre alla creazione di incentivi per stimolare la partecipazione attiva degli adulti. Inoltre, viene sottolineata l'importanza della sensibilizzazione sui temi della disinformazione, con un focus sull'utilizzo delle risorse dell'intelligenza artificiale. In **Austria**, l'autorità intervistata suggerisce di promuovere progetti specifici come CheckMate, volti a sensibilizzare sulla disinformazione e a insegnare alle persone come riconoscerla. Questi programmi prevedono anche l'acquisizione di competenze di verifica dei fatti, essenziali per identificare informazioni corrette e affidabili. Inoltre, viene sottolineato il ruolo attivo che l'Unione europea e il Parlamento europeo possono svolgere nel sensibilizzare le cittadine e i cittadini sulle sfide associate alla disinformazione e alla misinformazione, soprattutto in vista delle elezioni europee, al fine di garantire una campagna elettorale equa e basata sui fatti e, allo stesso tempo, rafforzare la competenza mediatica delle elettrici e degli elettori. Infine, la proposta della Lituania si concentra sull'importanza di informare la società sulle false informazioni e suggerisce una strategia di comunicazione diretta per contrastare la diffusione della misinformazione e sensibilizzare sull'importanza di valutare in modo critico le fonti.

## > Esperte/i legali

La prima domanda posta alle esperte e agli esperti legali riguarda il modo in cui i Paesi coinvolti cooperano a livello internazionale per combattere la disinformazione. In generale, tutti i Paesi coinvolti collaborano all'interno delle istituzioni europee, soprattutto attraverso i loro rappresentanti eletti. In **Italia**, la lotta alla disinformazione, seppur non ancora molto sviluppata, coinvolge diversi fronti. Il Paese collabora infatti attraverso il Ministero degli Affari Esteri finanziando progetti di verifica delle procedure di informazione. Attualmente è in corso di discussione la revisione del piano d'azione dell'UE contro la disinformazione del 2018, con una serie di incontri e di iniziative, tra cui la creazione di un sistema di allerta per monitorare le campagne di diffamazione e disinformazione. D'altra parte, **Austria** riconosce la necessità di trovare nuovi modi per combattere le fake news a livello europeo piuttosto che nazionale, considerando le possibili conseguenze di regole troppo rigide sui social media. L'approccio principale dovrebbe rispettare la Costituzione. Data la presenza di autori di fake news al di fuori dell'UE, si ritiene molto importante cooperare su campagne e regolamenti efficaci contro la propaganda. La **Francia** emerge come un partecipante attivo nella lotta alla disinformazione, con numerose campagne nazionali e frequenti dichiarazioni dell'Eliseo. La sua partecipazione è chiaramente visibile sul fronte nazionale e internazionale. Alla domanda sugli accordi internazionali nel campo dell'educazione, la persona intervistata **Italian** indica che, sebbene esistano accordi internazionali all'interno dell'Unione europea (UE), non sono stati stabiliti accordi internazionali esclusivamente tra l'Italia e altri Paesi al di fuori dell'UE in materia di lotta alla disinformazione. Tuttavia, nel 2017 è stata presentata una bozza legislativa che avrebbe introdotto nuovi reati penali per prevenire la manipolazione delle informazioni online. Attualmente, questo disegno di legge rappresenta il principale quadro giuridico in materia di disinformazione in Italia. La **Francia**, invece, ha introdotto nel 2018 la "loi infox", volta a contrastare la manipolazione delle informazioni e le fake news. La **Lituania** ha segnalato un rafforzamento del Codice di condotta dell'UE sulla disinformazione nel giugno 2022. L'obiettivo è che questo codice venga riconosciuto come codice di condotta ai sensi della legge sui servizi digitali. Il codice di condotta dell'UE per la lotta alla disinformazione viene rafforzato incoraggiando i Paesi firmatari a riferire ogni mese le loro azioni contro la disinformazione relativa al coronavirus. La domanda se esista un obbligo legale per le scuole di avere programmi di alfabetizzazione mediatica rivela un quadro non molto aggiornato dei Paesi coinvolti: in **Italia**, pur non essendoci un obbligo legale, la persona intervistata ritiene necessario introdurre una maggiore educazione e sensibilizzazione del pubblico alla disinformazione attraverso una riforma della struttura educativa, a partire dalle scuole fino alle università. In **Austria**, l'obiettivo finale è una società "vaccinata" contro la disinformazione, con un'attenzione particolare sia alla prevenzione, attraverso l'alfabetizzazione mediatica e la verifica dei fatti, sia allo smascheramento della disinformazione stessa attraverso campagne informative e indagini. In **Francia**, non esiste un obbligo legale, ma si raccomanda la sensibilizzazione, anche se potrebbe essere difficile legalizzarla nell'ambito dell'istruzione pubblica. La **Lituania**, invece, fa riferimento alla legge sull'informazione pubblica della Repubblica di Lituania e alla metodologia già in atto nel Paese per affrontare la disinformazione. In generale, c'è un'opinione comune sull'importanza di una maggiore educazione e sensibilizzazione del pubblico sulla disinformazione, anche se i dettagli dell'attuazione variano da Paese a Paese. Infine, alle e agli esperti legali è stata chiesta una raccomandazione sulle misure legali per combattere più efficacemente la diffusione della disinformazione. Le risposte offrono una serie di punti di vista significativi. La persona intervistata italiana propone drasticamente un accesso a Internet basato sull'identificazione personale per rendere i creatori e i promotori della disinformazione responsabili delle loro azioni. In **Austria**, si sottolinea la necessità di una campagna di sensibilizzazione a livello europeo e la formazione di una rete di figure professionali per identificare e segnalare regolarmente le fake news. Si raccomanda inoltre una maggiore cooperazione a livello europeo e la creazione di regolamenti a livello europeo. In **Francia**, la persona intervistata suggerisce una regolamentazione più severa delle piattaforme sociali, oltre a leggi contro l'odio, la protezione dei dati e della privacy, la trasparenza digitale e la regolamentazione dei contenuti. In **Lituania**, infine, è necessario coordinare le attività a livello governativo, rafforzare le capacità strategiche di comunicazione e includere l'alfabetizzazione mediatica nei curricula scolastici, nonché adattare le norme giuridiche per contrastare la disinformazione dei nuovi media.

## > Agenzie e canali di informazione

Il confronto con le figure professionali dell'informazione è stato particolarmente utile per la ricerca. Infatti, il loro profilo sta cambiando rapidamente, proprio come la domanda di informazioni da parte delle persone. Tra le domande poste a questa categoria di stakeholder, quella relativa proprio al cambiamento del loro ruolo nell'era della post-verità ha fornito spunti molto interessanti. Le risposte evidenziano un cambiamento significativo nel ruolo del giornalismo contemporaneo. In **Italia**, si sottolinea il rischio di perdere credibilità e prestigio professionale, ma anche la necessità di adattarsi ai nuovi strumenti e di mantenere la qualità del proprio lavoro. In **Austria**, si sottolinea il ruolo crescente della verifica dei fatti, soprattutto considerando l'impatto dell'intelligenza artificiale e dei motori di generazione di testi come Chat GPT sulla produzione di articoli giornalistici. In **Grecia** si sottolinea l'importanza di comunicare al pubblico l'utilità e l'affidabilità delle notizie, mentre in **Francia** si evidenzia la sfida di trovare e riportare sempre la verità in un contesto di sovraccarico di informazioni, soprattutto con l'avvento dei social media. Queste risposte riflettono il necessario adattamento delle e dei giornalisti alle sfide dell'era digitale e della "post-verità", con una crescente enfasi sul processo di verifica dei fatti e sulla trasparenza nell'informare il pubblico. Ciò dimostra quanto sia ancora cruciale il ruolo del giornalismo, nonostante il fatto che spesso tenda a essere svalutato. È stato poi chiesto quali sono le opportunità e i rischi per le agenzie di stampa legati all'uso dei social media. Le risposte sono state più o meno simili: si sottolinea il pericolo di perdere credibilità a causa della sovrabbondanza di informazioni, ma anche l'opportunità di adattarsi ai nuovi strumenti e di consolidare l'autorità nel contesto digitale. Si riconosce l'ampia portata dei social media come mezzo di diffusione delle notizie, così come il rischio di diffondere informazioni non verificate. Si parla anche delle opportunità di maggiore visibilità offerte dai social media, ma anche del rischio di perdita di creatività nel tentativo di raggiungere segmenti più ampi di pubblico. Senza dubbio, le risposte riflettono la complessità dell'ambiente mediatico contemporaneo e l'importanza di trovare un equilibrio tra l'accesso al vasto pubblico dei social media e il mantenimento della qualità e dell'affidabilità dell'informazione giornalistica.

## > Influencer dei social media

Concludiamo questa sezione con una sintesi dei risultati delle interviste alle e agli influencer dei social media, ai quali sono state poste domande sul grado di responsabilità che il loro personaggio pubblico implica. Le e gli influencer sono nuovi attori nel mondo dell'informazione che possono svolgere ruoli molto diversi. Alcuni di loro sono portatrici e portatori di voci anticonformiste e di un pensiero giovane o alternativo; in altri casi sono vere e proprie celebrità con un forte potere sull'opinione pubblica. Una delle domande poste verteva proprio sulla responsabilità delle e degli influencer nella diffusione delle fake news. Inoltre, è stato chiesto loro quale ruolo dovrebbero svolgere in questo contesto e come possono contribuire a educare il pubblico all'alfabetizzazione mediatica. Tutte le persone intervistate concordano sul fatto che le e gli influencer, grazie alla loro ampia portata, hanno un impatto significativo e anche una grande responsabilità. La condivisione di informazioni non verificate o false può alimentare la disinformazione e avere gravi conseguenze per la società. D'altro canto, le e gli influencer potrebbero svolgere un ruolo positivo e importante nei programmi di educazione ai media, utilizzando la loro notorietà per promuovere la consapevolezza critica e insegnare al pubblico a valutare in modo critico le informazioni online. Ciò richiede un impegno attivo delle e degli influencer nel promuovere l'accuratezza e la precisione delle informazioni e un comportamento responsabile e consapevole. Infine, le risposte invitano alla collaborazione tra influencer, piattaforme sociali e istituzioni educative, un incontro che potrebbe essere cruciale per affrontare questa sfida in modo efficace e partecipativo.

# 7. Analisi delle migliori pratiche identificate

In questa sezione della guida verranno presentate le più importanti pratiche nel campo dell'alfabetizzazione mediatica identificate nei Paesi coinvolti. A ciascun partner è stato chiesto di identificare le migliori pratiche relative a iniziative o politiche educative sui temi del progetto, seguendo criteri specifici e fornendo così un punto di riferimento attraverso il quale il partenariato sarà in grado di sviluppare le fasi successive del progetto. Gli esempi qui riportati si distinguono per le innovazioni in campo educativo e per l'efficacia, e sono iniziative realizzate negli ultimi anni. Per un esame più approfondito di tutte le migliori pratiche, si rimanda agli studi sui singoli Paesi, allegati alla guida. Successivamente, verranno descritte alcune pratiche identificate in Paesi che non fanno parte del partenariato, in modo da fornire un quadro più completo utile ai fini del progetto.

## Elenco delle migliori pratiche dei Paesi partner

Ai fini della chiarezza e della migliore discorsività della guida, le buone pratiche sono organizzate per tipologia, anche se molte sono difficili da classificare perché affrontano contemporaneamente diversi aspetti dei media, utilizzando un approccio multidisciplinare e transmediale. Di seguito verrà descritta brevemente ogni pratica, evidenziando le caratteristiche principali e le innovazioni apportate.

### > Programmi di formazione

I programmi di formazione sull'alfabetizzazione mediatica individuati variano in modo significativo e spaziano da programmi universitari a programmi educativi della durata di poche settimane. In particolare, a **Cipro**, dal 2022, l'Istituto pedagogico cipriota conduce un programma di alfabetizzazione mediatica volto a migliorare l'alfabetizzazione mediatica di insegnanti, classi e bambine/i. Il programma mira a consentire loro di accedere alle informazioni, diventare consumatori e creatori di contenuti consapevoli, proteggersi dalla disinformazione e dal cyberbullismo e utilizzare in modo responsabile e sicuro le proprie conoscenze e la propria immaginazione per creare e comunicare messaggi e idee. Inoltre, il programma prevede un concorso per la produzione di video da parte delle classi per l'uso creativo e sicuro di Internet, un aspetto cruciale dell'iniziativa che mira ad applicare le conoscenze acquisite<sup>1</sup>.

In **Lituania**, viene offerto un corso universitario sull'alfabetizzazione mediatica, suddiviso in tre moduli principali: media, democrazia, cittadinanza informata e inclusiva; resilienza digitale e alfabetizzazione mediatica nell'era della disinformazione; verifica delle informazioni e strumenti di verifica dei fatti<sup>2</sup>.

In **Italia**, in Italia sono state individuate diverse iniziative significative: "Tecnologie digitali per una vita attiva" è un programma di formazione sviluppato nel 2022 per migliorare le competenze digitali degli individui over 60. Il progetto risponde alla crescente necessità di formazione degli anziani. Il progetto risponde alla crescente esigenza delle cittadine e dei cittadini più anziani di utilizzare gli strumenti tecnologici e digitali in modo critico e consapevole per una cittadinanza attiva. L'innovazione del programma risiede nel suo curriculum, che affronta argomenti rilevanti per la vita quotidiana delle e dei partecipanti, tra cui il monitoraggio della salute e lo shopping online, aree in cui il gruppo di riferimento si trova ad affrontare diverse sfide. "Educare alla lettura digitale" è un programma di formazione sviluppato dall'Associazione Literacy Italia per insegnanti, bibliotecari e promotori della lettura. Un aspetto fondamentale di questo progetto è il tutoraggio personalizzato offerto durante il corso, che consente alle e ai partecipanti di approfondire gli argomenti con professioniste e professionisti esperti.

1 <https://medialiteracy.pi.ac.cy/>

2 <https://www.vdu.lt/lt/study/subject/11156/>

Il progetto FREEYOU, sviluppato nel 2021 da MEET - Centro di Cultura Digitale e Fondazione Cariplo, consiste in cinque sessioni di workshop online che coprono vari argomenti come la disinformazione, le strategie di verifica dei fatti, le dinamiche dei social media e l'intelligenza artificiale. L'innovazione principale del progetto consiste nell'affrontare temi importanti ma inusuali come i meme dei social media e i deepfakes, che sono molto rilevanti nell'attuale panorama digitale<sup>3</sup>. Un altro progetto italiano è Schoolmedia - Laboratorio di scrittura giornalistica, un programma di formazione sviluppato da Zai.net, School-media e approvato dal Ministero dell'Istruzione. Si rivolge alle classi delle scuole superiori e a giovani adulti, con l'obiettivo di insegnare a scrivere articoli, enfatizzando il processo di verifica delle fonti e di selezione delle informazioni. Uno dei motivi principali per cui il progetto è stato identificato come significativo è l'uso dell'approccio "imparare facendo": le e i partecipanti sviluppano le loro competenze in materia di alfabetizzazione mediatica sperimentando tutte le fasi del lavoro del giornalista<sup>4</sup>.

Un altro progetto **italiano** è Schoolmedia - Laboratorio di scrittura giornalistica, un programma di formazione sviluppato da Zai.net, School-media e approvato dal Ministero dell'Istruzione. Si rivolge alle classi delle scuole superiori e a giovani adulti, con l'obiettivo di insegnare a scrivere articoli, enfatizzando il processo di verifica delle fonti e di selezione delle informazioni. Uno dei motivi principali per cui il progetto è stato identificato come significativo è l'uso dell'approccio "imparare facendo": le e i partecipanti sviluppano le loro competenze in materia di alfabetizzazione mediatica sperimentando tutte le fasi del lavoro del giornalista<sup>5</sup>.

In **Francia**, Francia sono stati individuati due programmi di formazione: il primo è Media and Information Literacy - Classroom Activities for Teachers (Attività in classe per insegnanti), sessioni di workshop organizzate dal CLEMI. Il corpo formativo del CLEMI interviene nelle scuole e organizza laboratori di Déclic/Critique nel primo e secondo anno. Questi laboratori vengono filmati e poi montati in un video di 5 minuti che illustra casi concreti di alfabetizzazione ai media e all'informazione per il corpo docente. I moduli video, trasmessi sul canale YouTube del CLEMI, sono accompagnati da un kit pedagogico che include i prerequisiti per il corpo docente, la scheda pedagogica e le risorse utilizzate per implementare l'attività in classe. Questo approccio combina l'apprendimento esperienziale con l'accessibilità digitale, raggiungendo così un pubblico più ampio. L'uso della tecnologia e dei contenuti video non solo aumenta il coinvolgimento, ma rende anche le informazioni più accessibili e attraenti per una generazione orientata alla visione, contribuendo in ultima analisi a migliorare l'alfabetizzazione mediatica e informativa sia delle classi che del corpo docente. Il secondo è il corso online<sup>6</sup> di Media Defence sui diritti digitali e sulle controversie in materia di libertà di espressione online ed è composto da dieci moduli concepiti come guida di riferimento per promuovere i casi di diritti digitali. Il contenuto di questi moduli spazia dai principi fondamentali del diritto internazionale e della libertà di espressione al discorso d'odio, alle notizie false, alla disinformazione e alla propaganda. È stato progettato per educare e fornire alle persone, in particolare alle e ai professionisti legali e alle e agli attivisti, le conoscenze e competenze relative ai diritti digitali e alla libertà di espressione online. Le e i partecipanti possono sfruttare le conoscenze sui principi giuridici internazionali per affrontare questioni simili in regioni diverse, promuovendo quindi la libertà di espressione. Le capacità di advocacy affinate durante il corso sono adattabili a diversi contesti, dalla pratica legale alle organizzazioni della società civile, consentendo agli individui di difendere i diritti digitali a livello globale. Inoltre, il corso consente alle e ai partecipanti di affrontare le sfide emergenti come la diffamazione, la privacy, l'incitamento all'odio e la disinformazione, offrendo una preziosa esperienza applicabile in ambienti culturali, legali e politici diversi.

In **Grecia**, Grecia, le iniziative individuate riguardano più le competenze digitali che l'alfabetizzazione mediatica, con la quale, tuttavia, condivide molti argomenti. Per quanto riguarda i programmi di formazione, una buona pratica è l'Accademia nazionale delle competenze digitali. Si tratta di un'iniziativa del Ministero della governance digitale per sviluppare e raccogliere contenuti educativi volti a sviluppare le competenze digitali per tutte e tutti i cittadini. Presso l'Accademia, questi ultimi possono trovare corsi che

3 <https://www.cremi.it/tecnologie-digitali-per-vivere-attivamente-un-progetto-di-educazione-ai-media-rivolto-alla-terza-eta/>

4 <https://www.meetcenter.it/it/freeyou-il-corso-di-formazione-per-la-media-literacy/>

5 <https://schoolmedia.it/Laboratorio-di-scrittura.html>

6 <https://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/ateliers-declic-critique.html>

soddisfano le loro esigenze personali e aiutano a formare il loro profilo professionale per soddisfare le richieste dell'era digitale. Inoltre, è stata sviluppata una piattaforma online che include materiale didattico accessibile gratuitamente. Lo strumento di autovalutazione, incluso nella piattaforma, permette di valutare il livello di competenze digitali rispondendo ad alcune semplici domande. Successivamente, e in base al risultato dell'autovalutazione, viene avanzata una proposta di corso personalizzata che si adatta perfettamente alle esigenze individuali.

## > Quadri di competenza delle abilità

Un quadro di riferimento per le competenze è uno schema strutturato che delinea le abilità, le capacità e le conoscenze specifiche necessarie per avere successo in un particolare settore<sup>7</sup>. Questi quadri sono progettati per fornire una panoramica chiara e completa delle competenze necessarie agli individui per svolgere efficacemente il proprio ruolo. Servono come tabella di marcia per lo sviluppo del curriculum, dei programmi di formazione e della valutazione delle prestazioni e di solito delineano le abilità e le competenze a diversi livelli di competenza. Nel campo dell'alfabetizzazione mediatica, nei Paesi coinvolti sono stati identificati due quadri di riferimento. In **Grecia**, il programma Skills Workshops è suddiviso in quattro moduli tematici, derivati dagli indicatori globali di sviluppo sostenibile (ambiente, benessere, sicurezza, società civile, tecnologia moderna e imprenditorialità) e adattati per età. Ogni modulo tematico offre l'opportunità di coltivare le competenze digitali delle e dei bambini, in particolare: le competenze del XXI secolo, le competenze di vita nell'apprendimento digitale, le competenze tecnologiche ingegneristiche e scientifiche, le competenze di gestione dei media e le competenze della mente. All'interno di questo quadro, viene posta una notevole enfasi sulle competenze nel campo dell'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale<sup>8</sup>. In **Cipro**, Cipro, l'Istituto pedagogico cipriota è il coordinatore del progetto Cyber Safety, che mira a potenziare gli sforzi a Cipro per un uso creativo e sicuro di Internet e a promuovere la Strategia nazionale per un Internet migliore per le e i bambini a Cipro. Il progetto ha sviluppato materiali, risorse e strumenti educativi e informativi e ha organizzato campagne per fornire a bambine/i, giovani, genitori e insegnanti competenze e conoscenze sulla sicurezza di Internet. Inoltre, ha istituito una linea di assistenza e reclami che offre informazioni, consigli e supporto<sup>9</sup>.

## > Pratiche e metodologie per lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica

L'aumento delle competenze di alfabetizzazione mediatica comporta una serie di pratiche e metodologie volte ad aiutare gli individui ad analizzare, valutare e comprendere i messaggi dei media in modo critico. Il Mediterranean Digital Media Observatory (MedMO) è un hub regionale dell'Osservatorio europeo dei media digitali che copre **Grecia**, **Cipro** e Malta. Il progetto, lanciato il 1° dicembre 2022 e che durerà fino a maggio 2025, ha ricevuto un finanziamento dal programma Digital Europe della Commissione europea (2021-2027) per la creazione di hub nazionali sui media digitali finalizzati ad ampliare la portata dell'Osservatorio europeo dei media digitali (EDMO). MedDMO fornisce nuove strade per la verifica dei fatti collaborativa, concentrandosi sulle campagne di disinformazione emergenti che riguardano specificamente il territorio del Mediterraneo. L'obiettivo è quello di essere una fonte cruciale di conoscenze sugli ambienti informativi locali. Riunisce organizzazioni di ricerca, verifica dei fatti e media che conducono lavori e attività di ricerca riconosciuti a livello internazionale nel campo della disinformazione. Meddmoeu è il portale digitale che ospita il lavoro di verifica dei fatti condotto da giornaliste/i e ricercatrici/ricercatori dei tre Paesi partecipanti. Include anche le attività dettagliate del consorzio per quanto riguarda l'ulteriore promozione dell'alfabetizzazione mediatica e dei metodi di verifica delle notizie. I partner dovranno affrontare dal punto di vista giornalistico e scientifico temi come l'immigrazione, il cambiamento climatico, la salute, le elezioni e la tecnologia - argomenti che spesso sono al centro di campagne di di-

7 Gillis A. S., What is a competency framework?. Recuperato da <https://www.techtarget.com/searchhr-software/definition/competency-framework>

8 <https://elearning.iep.edu.gr/study/course/index.php?categoryid=44>

9 <https://cybersafety.cy/>

sinformazione che hanno polarizzato l'UE<sup>10</sup>. L'UE35. Inoltre, nel 2023, il Dipartimento di Comunicazione e Internet Studies della Cyprus University of Technology, il progetto europeo Co-Inform di Horizon 2020, l'Istituto Pedagogico di Cipro e l'Ambasciata degli Stati Uniti a Cipro hanno annunciato un programma di finanziamento per promuovere un approccio multilaterale nell'affrontare il problema della disinformazione, come azione successiva alla conferenza 2019 Combating Misinformation through Media Literacy. A seguito del concorso, il Comitato di valutazione ha scelto le seguenti due proposte da finanziare: Antibodies to Misinformation della Open University Cyprus e Co-creating Media Literate Youth del Cyprus Youth Council. La prima mira a progettare, sviluppare e applicare alle scuole che partecipano all'esperimento un modello di programma esperienziale per l'educazione ai media contro la disinformazione; l'obiettivo è anche quello di sviluppare le attitudini e le capacità metacognitive delle classi di adolescenti di affrontare in modo critico le informazioni nei media digitali. L'obiettivo della seconda fase è quello di introdurre le e i giovani ciprioti, così come il pubblico in generale, ai concetti, agli strumenti e alle competenze dell'alfabetizzazione mediatica, come gli strumenti di verifica e le questioni strutturali dei media che portano all'aumento della disinformazione. Il progetto mira anche a sviluppare la consapevolezza su come la disinformazione influisca sui processi democratici e porti all'aumento dell'estremismo, del razzismo, del sessismo e di altri tipi di incitamento all'odio; inoltre, fornisce esempi in cui vengono erroneamente promossi gli stereotipi su alcuni temi come la parità di genere, il cambiamento climatico e i diritti LGBTQI+. In Austria sono state individuate diverse iniziative di questo tipo, come Mimikama - Fake News Checking: l'elevata quantità di fake news che circolano in rete ha spinto l'organizzazione viennese Mimikama a sviluppare un canale in cui i singoli individui possono inviare potenziali post di fake news o altri tipi di informazioni. Mimikama analizza poi ogni singolo caso per fornire all'utente, ma anche al pubblico in generale, una verifica dei fatti del relativo articolo. Tale processo non viene svolto solo dallo staff, ma anche in collaborazione con un forum pubblico. La piattaforma stessa raccoglie vari casi di fake news ed esempi di disinformazione da tutta l'area di lingua tedesca. La piattaforma è accessibile tramite [hoaxsearch.com](https://hoaxsearch.com) ed elenca tutti i controlli sulle fake news già effettuati dall'organizzazione in relazione a un argomento specifico. Sulla base di un argomento portato da qualcuno, il forum e la comunità Mimikama cercano di indagare sul caso verificando se l'informazione è corretta o meno. L'attività di ricerca collettiva consente di raggiungere più rapidamente risultati migliori e più diversificati e facilita lo scambio di idee e informazioni. Il processo garantisce inoltre trasparenza e tracciabilità. Al termine della ricerca, la redazione di Mimikama mette insieme i risultati e crea un articolo informativo con le informazioni rilevanti per gli utenti. I risultati vengono poi pubblicati sul sito web e su [hoaxsearch.com](https://hoaxsearch.com)<sup>11</sup>.

Rimanendo in Austria, il Fake News Bingo è un modo giocoso per esaminare il discorso politico e promuovere l'alfabetizzazione mediatica. Può essere utilizzato in vari modi come parte dell'insegnamento e di altre attività educative. Lo strumento è stato originariamente creato con il nome di "Populism bingo" da un'organizzazione finlandese. L'organizzazione austriaca "Safer Internet" lo ha poi trasformato in Fake News Bingo con l'obiettivo di offrire un modo ludico per migliorare le competenze degli adulti nell'identificazione delle fake news. Lo strumento è stato progettato per essere utilizzato quando si lavora direttamente con i social media e le notizie. L'unica cosa necessaria è la carta del bingo - che può essere scaricata - e il newsfeed di una piattaforma di social media. La carta del bingo funge da quadro di riferimento per l'analisi dei media e contiene vari esempi di fake news comuni; lo scopo del gioco è riconoscere gli elementi della retorica tipica delle fake news nei testi dei media. Lo strumento non è legato a nessun partito politico, ma può essere utilizzato per esaminare qualsiasi testo o retorica politica. Come nel tradizionale gioco del bingo, vince la persona che per prima riesce a selezionare tutte le caselle in fila (orizzontali, verticali o diagonali) sulla propria cartella. La preparazione è molto semplice e permette agli adulti di immedesimarsi direttamente nelle fake news sui social media. Il carattere ludico aiuta a migliorare le competenze in modo semplice, senza lunghe introduzioni teoriche all'argomento<sup>12</sup>.

Il progetto WebAngels 2.0 è una

metodologia pensata per migliorare l'acquisizione di competenze critiche di alfabetizzazione mediatica. L'iniziativa è incentrata su approcci e metodi pragmatici per coinvolgere gli utenti online, con l'obiettivo

10 <https://meddmo.eu/>

11 <https://www.mimikama.org/>

12 [https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Fake-News\\_Bingo.pdf](https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Fake-News_Bingo.pdf)

primario di incoraggiare il pensiero critico e promuovere dialoghi riflessivi per stimolare cambiamenti positivi nel comportamento online. Coinvolgendo da otto a dieci volontari dedicati per piattaforma, noti come WebAngels, il progetto avvia interventi mirati, con l'obiettivo di promuovere cambiamenti positivi nel comportamento online degli utenti che navigano sulla sottile linea tra libertà di espressione e odio. Un'innovazione fondamentale di WebAngels 2.0 è il suo approccio proattivo all'odio online. L'impegno diretto dei WebAngels è fondamentale in quanto facilita un dialogo riflessivo per cambiamenti comportamentali positivi. L'incorporazione di strategie informative e di contrasto, sia consolidate che inedite, dimostra l'adattabilità e l'efficacia nell'affrontare le sfide online in continua evoluzione. APA - Faktencheck è un progetto specificamente concepito per rispondere alle esigenze sia dei singoli consumatori di informazioni sia delle entità mediatiche che cercano di rafforzare le proprie capacità di verifica dei fatti. L'iniziativa mira a dotare questi gruppi delle competenze e delle risorse necessarie per discernere le informazioni basate sui fatti dal vasto bacino della disinformazione prevalente su Internet. L'obiettivo non è solo quello di smascherare la disinformazione, ma anche di fornire approfondimenti sui metodi di ricerca contemporanei. Le verifiche dei fatti coprono diversi argomenti, al di là delle dichiarazioni politiche<sup>13</sup>.

garantendo alle lettrici e ai lettori benefici tangibili: accesso a informazioni vitali e protezione dalla disinformazione. La rilevanza è valutata in base alla viralità dell'informazione, che ha un impatto sull'interesse della società e influenza l'opinione pubblica. L'approccio è innovativo in quanto va oltre la reazione alle false informazioni, ma prepara in modo proattivo il pubblico a discernere tra fatti veri e falsi. Inoltre, fa luce su come vengono create le notizie nell'era digitale. L'approccio completo alla verifica dei fatti copre vari argomenti e promuove il pensiero critico in diversi contesti<sup>14</sup>.

Un'altra importante iniziativa austriaca selezionata per questa guida è il progetto MILES, realizzato da COMMIT, una ONG con l'obiettivo di sviluppare ulteriormente i media non commerciali. L'organizzazione si considera una piattaforma per sviluppare ulteriormente le competenze e le abilità di giornaliste/i, operatrici e operatori radiotelevisivi non commerciali e istituti di formazione per adulti. Il progetto ha prodotto diverso materiale e ha condotto corsi di formazione in diversi Paesi europei. I media partner sono un gruppo eterogeneo di professioniste/i transdisciplinari, la cui caratteristica comune è che il loro lavoro è incentrato sull'alfabetizzazione mediatica e informativa come parte integrante dei loro workshop e programmi di formazione. I progetti sono realizzati utilizzando metodologie partecipative per la creazione di audio e audiovisivi e tutti mettono al centro la comunità. Le e i partecipanti coinvolti nei corsi di formazione sono stati introdotti ai codici etici del giornalismo e hanno imparato a conoscere le responsabilità che derivano dalla produzione mediatica. Le attività svolte nell'arco di 24 mesi comprendono scambi strutturati, ricerche locali, cinque incontri con i partner e un evento di insegnamento/apprendimento per coinvolgere partner, formatrici/formatori e tirocinanti.<sup>15</sup>

## > Politiche

Nel campo dell'alfabetizzazione mediatica, le politiche giocano un ruolo cruciale nel plasmare le iniziative educative e la consapevolezza pubblica riguardo all'analisi critica dei media. Queste politiche delineano le linee guida per l'integrazione dell'alfabetizzazione mediatica nei programmi scolastici, promuovono la formazione del corpo docente e stabiliscono partnership con l'industria dei media per garantire la produzione di contenuti informativi e affidabili. Partendo dalla **Grecia**, come abbiamo visto sopra, le pratiche individuate riguardano più le competenze digitali che l'alfabetizzazione mediatica nello specifico. La Digital Transformation Bible serve a documentare gli interventi necessari nell'infrastruttura tecnologica dello Stato, nell'istruzione e nella formazione della popolazione per l'acquisizione di competenze digitali e nel modo in cui la Grecia utilizza la tecnologia digitale in tutti i settori dell'economia e della pubblica amministrazione. Attraverso un processo collaborativo che ha coinvolto le parti interessate, le organizzazioni e la società civile, la Digital Transformation Bible delinea la strategia per la trasformazione digitale e il suo piano di esecuzione. Questa va oltre il semplice documento strategico dichiarativo, ponendo una forte enfasi sull'attuazione, concentrandosi non solo su "cosa" deve essere fatto, ma anche su "come" deve

13 [https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Fake-News\\_Bingo.pdf](https://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Fake-News_Bingo.pdf)

14 <https://apa.at/service/faktencheck-2/>

15 <https://www.commit.at/projekte/miles>



essere fatto. Gli interventi delineati nella Digital Transformation Bible mirano a soddisfare sia i requisiti essenziali che l'esecuzione della strategia digitale nazionale. La catalogazione iniziale dei progetti cruciali a sostegno dell'attuazione della trasformazione digitale non è esaustiva o restrittiva: il piano d'azione rimane aperto e dinamico, soggetto a un continuo co-sviluppo e ad aggiornamenti annuali in coordinamento con gli organi competenti della pubblica amministrazione. Questo processo iterativo garantisce che le esigenze o le priorità emergenti possano portare a progetti aggiuntivi, sia a livello orizzontale che a livello settoriale, allineati alla strategia generale, guidati dalla filosofia generale e al servizio degli obiettivi fondamentali della Digital Transformation Bible. Le misure essenziali della trasformazione digitale comprendono una serie di iniziative e progetti classificati in sette assi strategici distinti. Questa categorizzazione è intenzionale e tiene conto della natura e del contenuto degli interventi, con l'obiettivo di delineare in modo trasparente l'approccio all'attuazione del Piano d'azione per la trasformazione digitale. Inoltre, c'è una deliberata attenzione a sfruttare le tecnologie emergenti per creare soluzioni sofisticate che facilitino il raggiungimento degli obiettivi del piano<sup>16</sup>.

In **Francia**, esiste l'ARCOM, l'autorità di regolamentazione della comunicazione audiovisiva e digitale che garantisce la libertà di comunicazione e assicura il finanziamento della creazione audiovisiva e la protezione dei diritti. È responsabile della regolamentazione sistemica delle piattaforme con attività di intermediazione online, come le piattaforme di condivisione video, i social network, i motori di ricerca, gli aggregatori e gli application store. A partire dalla legge del 22 dicembre 2018 sulla lotta alla manipolazione delle informazioni, le piattaforme online devono informare annualmente questa autorità sui loro sforzi contro la manipolazione delle informazioni. L'obiettivo primario è quello di rafforzare la trasparenza, la responsabilità e l'integrità della comunicazione digitale, obbligando le operatrici e gli operatori delle piattaforme online a riferire sulle loro azioni contro la manipolazione delle informazioni, riducendo la diffusione di informazioni false o fuorvianti. Inoltre, garantisce la conformità normativa, trovando un equilibrio tra la salvaguardia dei diritti degli utenti e la difesa della libertà di espressione, contrastando i contenuti dannosi. La pubblicazione di relazioni annuali promuove la trasparenza, consentendo alle parti interessate e al pubblico di valutare le misure adottate dalle operatrici e dagli operatori delle e piattaforme online per preservare l'autenticità della comunicazione digitale, favorendo così un ambiente digitale più affidabile e responsabile<sup>17</sup>.

## > **Uso innovativo dei supporti tecnologici**

Gli approcci tecnologici innovativi sono diventati parte integrante del miglioramento delle competenze medialità nell'era digitale. Questa sezione evidenzia alcune pratiche esemplari che sfruttano le innovazioni tecnologiche per promuovere il pensiero critico e l'alfabetizzazione digitale. Tra le iniziative più significative in questo ambito, molte riguardano piattaforme o reti di verifica dei fatti online. In **Francia**, ad esempio, AFP Factuel è un servizio di Agence France-Presse, un'agenzia di stampa multilingue e multiculturale la cui missione è fornire costantemente una copertura accurata, equilibrata e imparziale delle notizie. AFP ha lanciato il suo servizio di verifica digitale in Francia nel 2017 ed è cresciuta fino a diventare la principale organizzazione globale di verifica dei fatti. Il suo team di giornaliste e giornalisti monitora i contenuti online nelle lingue locali, dall'amarico all'hindi, dal polacco al portoghese, tiene conto delle culture, lingue e politiche locali e collabora con gli uffici dell'AFP in tutto il mondo per indagare e confutare le informazioni false, concentrandosi sugli articoli che possono essere dannosi, d'impatto e manipolativi. L'obiettivo principale di AFP Factuel è quello di smontare le affermazioni false e dannose che circolano su Internet, con particolare attenzione alla misinformazione altamente virale e potenzialmente pericolosa. La priorità è indagare su affermazioni che potrebbero mettere in pericolo la salute delle persone, interrompere i processi democratici o promuovere l'odio e il razzismo. AFP Factuel mantiene standard rigorosi di imparzialità e indipendenza, verificando le informazioni in base alla loro veridicità piuttosto che alla loro fonte o affiliazione politica. Utilizza un approccio caratterizzato dalla trasparenza, dall'utilizzo di più fonti indipendenti e di opinioni di esperte ed esperti, e si avvale sia di tecniche giornalistiche tradizionali che di strumenti tecnici per verificare le affermazioni. Seleziona le affermazioni da verificare in base alla

16 <https://digitalstrategy.gov.gr/en/>

17 <https://www.arcom.fr>

viralità e all'interesse pubblico, dando priorità a quelle con l'impatto più significativo<sup>18</sup>.

Fact Check Cyprus è una piattaforma online che affronta la disinformazione e la misinformazione a **Cipro**. Il team coinvolto in questa iniziativa è composto da persone con conoscenze di lunga data nei campi della biologia, medicina, fisica, ingegneria, scienze alimentari, farmacologia, filosofia, psicologia, linguistica e sociologia. Ogni articolo è supportato da fonti ricercate e scelte con cura, in modo che le informazioni siano affidabili e basate sul metodo scientifico. Ogni articolo viene rivisto da più membri del team e studiato a fondo per essere il più accurato possibile<sup>19</sup>.

In **Grecia**, la piattaforma Ellinika Hoaxes è stata fondata nel 2013 come primo sforzo coordinato per controllare le notizie e le affermazioni sui media e sui social network. La creazione di Hellenic Hoaxes è nata dall'esigenza di effettuare un controllo incrociato dell'enorme quantità di informazioni che circolano principalmente su Internet. È un'organizzazione senza scopo di lucro che si concentra sulla ricerca e sulla raccolta di dati da fonti affidabili. È membro della rete globale di controllo degli eventi International Fact-Checking Network (IFCN). Le sue attività sono verificate annualmente e sono in linea con i principi dell'IFCN di indipendenza politica, trasparenza delle fonti, dei finanziamenti, della metodologia e impegno per correzioni aperte e oneste. Inoltre, è membro dell'Osservatorio europeo contro la disinformazione (SOMA), dell'Osservatorio europeo dei media digitali (EDMO) e ha partecipato al progetto FactCheckEU.info<sup>20</sup>.

Sempre in **Grecia**, Grecia, il progetto Check4Facts/Science è una piattaforma di verifica dei fatti realizzata in collaborazione tra diverse organizzazioni di ricerca. Questo progetto risponde all'esigenza di conoscenza scientifica e di dialogo sul controllo della credibilità del discorso pubblico nel Paese. Nello specifico, il sito web si concentra su quattro aree tematiche particolarmente importanti del discorso pubblico: salute, cambiamento climatico, rifugiati/immigrazione e criminalità. Per verificare le informazioni, le e i responsabili dell'informazione pubblica di Check4facts/Science attingono informazioni da dati primari e/o secondari disponibili e collaborano con scienziate e scienziati qualificati, funzionari, esperte ed esperti di enti pubblici e privati, al fine di controllare la validità delle informazioni accedendo a tutte le fonti primarie e/o secondarie disponibili<sup>21</sup>.

Infine, in **Italia**, un'iniziativa significativa è Pillole contro la disinformazione, che rappresenta un'innovazione nel metodo di utilizzo dei media. Si tratta di un format della RAI che consiste in brevi video della durata massima di 5 minuti, trasmessi su piattaforme televisive e web. Ogni video affronta un argomento specifico sul tema dei media, dalle fake news, all'intelligenza artificiale, alla disinformazione. Il progetto si inserisce nel programma di inclusione digitale avviato dalla TV pubblica italiana, in un percorso volto a inserire nell'attività di alfabetizzazione mediatica degli elementi che informino il pubblico su cosa è giusto prendere sul serio e cosa no, e su come capire quali notizie sono vere o false. Nell'ultima stagione (2023), le puntate hanno affrontato temi interessanti come immagini create dall'intelligenza artificiale, emoji e misinformazione, metadati e misinformazione, inconsapevolezza e misinformazione. L'innovazione principale di questo progetto è quella di fornire un intrattenimento educativo su temi legati all'alfabetizzazione mediatica, utilizzando il linguaggio televisivo rivolto al pubblico generico<sup>22</sup>.

## Migliori pratiche selezionate da Paesi non inclusi nel partenariato.

Per avere una visione più ampia del fenomeno dell'alfabetizzazione mediatica, questa sezione della guida sarà completata dall'introduzione di altre buone pratiche, ideate e realizzate in altre parti del mondo. Infatti, ci sono sempre più iniziative sull'alfabetizzazione mediatica e sempre più sforzi di ricerca in questo campo, sia nella metodologia che nei contenuti. In alcuni casi, piccoli progetti sono diventati grandi istituzioni con ruoli importanti e hanno creato forti reti con istituti di ricerca, responsabili politici, aziende giornalistiche, emittenti, scuole e università di tutto il mondo. In altri casi, come l'esempio successivo, sono state progettate strategie strutturali e politiche di intervento su larga scala. Nel continente europeo,

18 <https://factuel.afp.com>

19 <https://factcheckCipro.org/>

20 <https://www.ellinikahoaxes.gr/about-us/>

21 <https://check4facts.gr/about/project>

22 <https://www.raisplay.it/programmi/pillolecontroladisinformazione>

una strategia davvero interessante nel campo delle politiche è stata sviluppata nel 2021 dal Dipartimento per il digitale, la cultura, i media e lo sport del governo britannico come risposta alla crisi dei media innescata dal COVID. La Online Media Literacy Strategy mira a migliorare le competenze mediatiche degli utenti nel Regno Unito attraverso l'educazione e l'empowerment. La strategia identifica le sfide principali da affrontare e fornisce un quadro strategico per guidare gli sforzi delle organizzazioni di alfabetizzazione mediatica. Le priorità strategiche individuate includono la creazione di un maggiore coordinamento e collaborazione tra le organizzazioni del settore per affrontare collettivamente le sfide principali. Si propone inoltre di promuovere una cittadinanza positiva sulle piattaforme online incoraggiando comportamenti rispettosi e tolleranti verso gli altri e di colmare le lacune normative per sostenere gli utenti che subiscono abusi online, ad esempio fornendo un supporto specifico alle persone vittime di razzismo o violenza sessuale. Un'altra sfida è quella di creare un ambiente inclusivo nei processi di alfabetizzazione mediatica attraverso la creazione di risorse educative per alcuni gruppi di utenti, come quelli con disabilità o con esigenze educative speciali.

Infine, la strategia mira a coinvolgere le piattaforme online nella promozione dell'alfabetizzazione mediatica attraverso scelte progettuali che promuovano l'identificazione e la gestione delle informazioni false. La strategia raccomanda quindi azioni mirate per migliorare l'efficacia dei processi di alfabetizzazione mediatica: l'adeguamento delle piattaforme online verso una maggiore trasparenza e chiarezza delle politiche e delle regole relative alla presentazione dei contenuti, una maggiore chiarezza degli algoritmi utilizzati, l'individuazione dei contenuti sponsorizzati. Inoltre, viene incoraggiata la collaborazione con esperte ed esperti esterni nel campo dell'alfabetizzazione mediatica per sviluppare soluzioni efficaci nel contrastare la disinformazione, l'odio online e la manipolazione dell'opinione pubblica. Si chiede inoltre di assumersi la responsabilità sociale di promuovere un ambiente online sano ed etico, di migliorare i meccanismi di feedback degli utenti per la segnalazione di contenuti problematici o fraudolenti e di misurare costantemente l'impatto delle iniziative volte a migliorare l'alfabetizzazione mediatica degli utenti, utilizzando indicatori chiave come l'aumento della consapevolezza critica o la modifica dei comportamenti negativi online.

Restando in Europa, molte importanti iniziative internazionali sono organizzate dalla European Association for Viewers Interests (EAVI), un'organizzazione internazionale senza scopo di lucro con sede a Bruxelles che sostiene iniziative che consentono alle e ai cittadini di partecipare alla vita pubblica attraverso i media. L'EAVI è stata costituita per contribuire a riunire coloro che sostengono gli interessi delle e dei cittadini e dei consumatori nel mondo dei media. È stata fondata ufficialmente con il sostegno della Commissione europea e ha ricevuto l'approvazione delle autorità belghe nel marzo 2005. L'EAVI lavora per una maggiore alfabetizzazione mediatica nel contesto globale della società dell'informazione. Per raggiungere questo obiettivo è necessario animare il dibattito e incoraggiare il dialogo, nonché mobilitare i vari attori che compongono i gruppi sociali ed economici. L'EAVI lavora con tutti gli attori, dalle istituzioni internazionali ai singoli individui, prestando particolare attenzione all'analisi interdisciplinare delle questioni relative all'impatto dell'alfabetizzazione mediatica sui giovani.

Le iniziative organizzate dall'EAVI sono molteplici e di diversi tipi. Infatti, sul loro sito web pubblicano ricerche, studi, strumenti per educatrici ed educatori, guide, infografiche molto intuitive, test di autovalutazione, piani di lezione per classi di diverse fasce d'età, con diversi tipi di contenuti. EAVI produce anche video educativi e ha realizzato un cartone animato in quattro episodi sull'alfabetizzazione mediatica disponibile in 21 lingue, in modo che anche le e i bambini più piccoli possano comprendere l'argomento. Questo approccio educativo è un'importante innovazione nel tema, perché rappresenta l'idea di un'alfabetizzazione mediatica che si adatta a diversi contesti e gruppi di età, un'idea che vede l'educazione ai media come un processo che dura tutta la vita e quindi percepisce i media come un fattore in continua evoluzione.

L'EAVI organizza inoltre ogni anno diversi eventi dedicati all'informazione: workshop, conferenze internazionali, campi estivi e un festival internazionale durante il quale vengono assegnati premi in queste cinque categorie: *AI Trending Now: modi intelligenti di utilizzare la tecnologia dell'intelligenza artificiale per il ML*; *Digital Well-Being: coltivare la consapevolezza per contribuire a un ambiente digitale più sano*; *Digital Parenting & Generations: iniziative di ML a beneficio di genitori, bambine/i, giovani e anziani*; *Empowering Citizens' Engagement and Participation: iniziative per l'integrità elettorale e la lotta alla disinformazione*; *ML*

*Multipliers: pratiche efficaci per replicare, diffondere e trasferire le conoscenze e le competenze dell'alfabetizzazione mediatica.*

Senza dubbio, più che una buona pratica, EAVI è un contenitore di buone pratiche, costruito su processi di rete ramificati e consolidati tra i Paesi europei. È un'eccellente dimostrazione di come l'alfabetizzazione mediatica sia un tema complesso affrontato con approcci diversi, attraverso molteplici prospettive e dedicato a ciascun individuo. L'ultima buona pratica arriva da oltreoceano, ovvero dagli Stati Uniti: si tratta di un'iniziativa sviluppata dal Media Education Lab e denominata Media Literacy Implementation (MLI) Index, uno strumento di ricerca basato su sondaggi che misura l'adozione dell'educazione ai media nelle scuole e nelle comunità. Si tratta di un sondaggio adattato alle studentesse e agli studenti dai 4 ai 12 anni e di un sondaggio per dirigenti scolastici, insegnanti, bibliotecari, genitori, membri della comunità e funzionari pubblici eletti. Qualsiasi organizzazione che desideri utilizzare l'indice nel proprio ambito lavorativo può contattare Media Education Lab e ricevere gli strumenti per condurre l'analisi. La collaborazione con l'organizzazione può essere di tre tipi: dalla collaborazione gratuita, in cui i questionari vengono adattati al pubblico di riferimento, alla partnership che prevede la produzione di un rapporto sui risultati che servirà da guida per lo sviluppo e l'implementazione di programmi educativi. I servizi che Media Education Lab offre sono anche altri, come forum, webinar, libri, video e podcast. Tuttavia, ai fini della presente ricerca, l'indice MLI rappresenta un'innovazione che deve essere diffusa per alcuni motivi: innanzitutto, una pratica continua di raccolta dati è essenziale per avere maggiori informazioni sulla diffusione delle pratiche di alfabetizzazione mediatica nelle comunità educative<sup>23</sup>.

Questo indice può essere adattato a diversi contesti scolastici, ma propone un unico approccio per l'elaborazione dei dati e standardizza i risultati ottenuti. In questo modo è più facile avere parametri unici per produrre ricerche significative. In effetti, il sistema di indagine creato dal Media Education Lab sta avendo un buon riscontro tra gli Stati del Nord America e sta portando alla produzione di numerose ricerche. In conclusione, questo passaggio si rivela fondamentale: non si possono pianificare strategie, politiche e azioni mirate per la diffusione dell'alfabetizzazione mediatica senza conoscerne lo stato attuale, così come non si possono introdurre programmi scolastici efficaci su questo tema senza sapere qual è il livello di consapevolezza delle classi.

## Analisi delle migliori pratiche: panoramica

Sulla base dell'analisi sopra esposta, è possibile identificare le seguenti caratteristiche principali da tenere in considerazione quando si sviluppa un corso o un approccio, sia per incrementare l'alfabetizzazione mediatica che per contrastare le fake news, la disinformazione e la misinformazione:

Tipo di pratiche	ARGOMENTI	METODOLOGIA/APPROCCIO
Programma di formazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Diventare consumatori e creatori di contenuti consapevoli</li> <li>● Strumenti di verifica dei fatti</li> <li>● Vita quotidiana delle e dei partecipanti</li> <li>● Dinamiche dei social media</li> <li>● Intelligenza artificiale</li> <li>● Meme e Deepfake</li> <li>● Diritti digitali e libertà di espressione online</li> <li>● Propaganda</li> <li>● Capacità di advocacy</li> <li>● Principi giuridici</li> <li>● Competenze digitali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Imparare facendo</li> <li>● Lezioni online</li> <li>● Tutoraggio personalizzato</li> <li>● Apprendimento esperienziale</li> <li>● Apprendimento visivo</li> <li>● Accessibilità digitale</li> <li>● Autovalutazione preliminare e post</li> <li>● Approccio misto</li> </ul>

<p>Quadro delle competenze</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ambiente</li> <li>● Benessere</li> <li>● Sicurezza</li> <li>● Società civile</li> <li>● Tecnologia moderna</li> <li>● Imprenditorialità</li> <li>● Capacità di gestione dei media</li> <li>● Sicurezza informatica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Supporto alle e ai partecipanti</li> <li>● Approccio misto</li> </ul>
<p>Pratiche e metodologie volte a potenziare l'alfabetizzazione mediatica</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Immigrazione</li> <li>● Cambiamento climatico</li> <li>● Salute</li> <li>● Questioni elettorali</li> <li>● Tecnologia</li> <li>● Atteggiamenti e competenze metacognitive</li> <li>● Impatto della disinformazione sui processi democratici</li> <li>● Aumento di estremismo, razzismo e sessismo</li> <li>● Retorica delle fake news nei testi dei media</li> <li>● Capacità di lettura critica dei media</li> <li>● Pensiero critico</li> <li>● Comportamento online</li> <li>● Strategie di counter-speech</li> <li>● Sfatare la disinformazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Controllo collaborativo dei fatti</li> <li>● Fornire una fonte di conoscenza sugli ambienti informativi locali</li> <li>● Utilizzo della piattaforma digitale</li> <li>● Coinvolgimento proattivo degli utenti nell'invio di potenziali post di fake news o di altro tipo di informazioni</li> <li>● Trasparenza e tracciabilità</li> <li>● Identificazione delle fake news attraverso la gamification</li> <li>● Approccio proattivo per affrontare l'odio online</li> </ul>
<p>Uso innovativo dei supporti tecnologici</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● N/D</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Molteplici fonti indipendenti e pareri di esperte/i</li> <li>● Video brevi</li> <li>● Trasmissione televisiva</li> <li>● Verifica dei fatti che tenga conto delle culture, delle lingue e delle politiche locali</li> <li>● Dare priorità alle fake news con maggiore impatto</li> <li>● Cooperazione tra esperte/i di diverse aree di competenza</li> </ul>
<p>Altro</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Genitorialità e generazioni digitali</li> <li>● Dibattito e dialogo</li> <li>● Responsabilità sociale nella promozione di un ambiente online sano ed etico</li> <li>● Benessere digitale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Approccio interdisciplinare</li> <li>● Contrastare i discorsi d'odio</li> <li>● Adattamento a qualsiasi contesto o gruppo di età</li> <li>● Strumento di ricerca basato su un sondaggio per comprendere il livello di alfabetizzazione mediatica prima di implementare un programma di formazione con un determinato target in un dato contesto</li> </ul>

# 8. Conclusioni e suggerimenti

Considerando il mondo complesso, sfaccettato e in continua evoluzione e l'oggetto del presente documento, è evidente la consapevolezza di fornire solo uno sguardo sullo stato dell'arte dell'argomento. Del resto, la disinformazione non è nata in questi anni e la storia della nostra civiltà è costellata di episodi di informazione distorta per manipolare l'opinione pubblica, trovare nemici pubblici o giustificare guerre e repressioni. I media e i temi sono cambiati e il mondo dell'informazione è diventato più complesso, così come la nostra società, che oggi segue le innovazioni tecnologiche e la necessità di ridurre lo spazio e il tempo.

Tuttavia, più l'informazione diventa piccola, leggera e veloce, maggiore è il suo peso all'interno dei sistemi democratici: se il voto delle persone può essere condizionato da una narrazione distorta della realtà, le strutture di potere e di rappresentanza hanno maggiori probabilità di seguirla. Fortunatamente, anche la consapevolezza di questo fenomeno è cambiata e l'alfabetizzazione mediatica sta diventando una materia di studio molto strutturata e diffusa, che coinvolge molte figure professionali e si adatta a diversi contesti. L'ultima parte di questa guida ha lo scopo di delineare un'idea di corso di alfabetizzazione mediatica per adulti svantaggiati sulla base delle ricerche effettuate.

Come è stato dimostrato in precedenza, le abitudini di consumo delle informazioni stanno cambiando nei nostri Paesi e si registra anche una forte espansione della sfiducia nei confronti dei canali mainstream. Inoltre, da un punto di vista legale e istituzionale, l'equilibrio tra la tutela dei diritti di espressione e la creazione di strumenti efficaci per punire chi diffonde fake news è ancora un tema cruciale che le istituzioni stanno affrontando con difficoltà. A ciò si aggiungono la crisi del giornalismo, l'espansione dei social network e il loro affermarsi come principali canali di comunicazione, nonché la diffusione dell'IA, capace di creare qualsiasi tipo di testo, immagine e audio in pochi secondi. Un programma di alfabetizzazione mediatica deve necessariamente tenere conto di tutti questi fattori e svilupparsi in diverse direzioni. Un focus fondamentale è sicuramente aumentare le competenze digitali degli adulti, sia di base che avanzate.

L'IA, ad esempio, può essere un alleato strategico nella lotta alla disinformazione, se utilizzata per massimizzare tutti i suoi vantaggi. Per utilizzare l'IA in modo consapevole e positivo è importante sapere come usarla e sfruttare tutte le sue importanti caratteristiche. Altre abilità e competenze digitali da includere nei programmi sono quelle che di solito si danno per scontate, come l'uso dei social network: se li consideriamo come piazze virtuali dove incontriamo altre persone e dove possiamo esprimerci, è facile immaginare quanto sia necessario sapersi comportare correttamente, esattamente come faremmo di persona. In tal senso, è necessario lavorare sulla consapevolezza che una piazza virtuale ha un impatto sulla vita reale e che la violenza nel mondo digitale equivale a quella del mondo offline, così come sulle pratiche di netiquette, su come comportarsi online, su come difendersi dalla violenza in rete e come combatterla. Un altro focus riguarda il pensiero critico e il ragionamento approfondito sulle notizie. Tra le buone pratiche individuate, al-

cune riguardano laboratori specifici sulla costruzione delle notizie, che includono lo sviluppo di diverse competenze come saper rappresentare un fatto in modo critico e oggettivo e verificare i fatti e le fonti. Un'altra direzione da esplorare riguarda la responsabilità diffusa, ovvero la consapevolezza dell'impatto delle proprie azioni sugli altri e viceversa, attraverso l'insegnamento della cittadinanza attiva, del giornalismo partecipativo, della democrazia diretta e della tutela del benessere collettivo. È infatti fondamentale riconoscere la ricerca dell'obiettività come un bene comune e come una ricchezza che si ottiene attraverso un processo che coinvolge tutte e tutti, dalle e dai cittadini alle istituzioni.

Ma come si sviluppa un programma di alfabetizzazione mediatica? È innanzitutto necessario confrontarsi con le educatrici e gli educatori e ricercare e mappare diverse pratiche, al fine di identificare le realtà e le esperienze più interessanti e le abitudini di consumo delle informazioni e individuare le aree e i segmenti di popolazione con maggiori problemi.

Nel caso di questo progetto, le pratiche educative che si sono dimostrate più efficaci sono quelle che rendono più attivo il ruolo della o del partecipante. L'educazione ai media deve infatti essere intesa non solo come trasmissiva ma anche come partecipativa, attraverso pratiche non formali e metodologie innovative.

Tra le metodologie più interessanti in questo campo ci sono la gamification, l'approccio "imparare facendo" e l'intrattenimento educativo. Queste pratiche attivano la o il partecipante e agiscono sullo sviluppo delle competenze attraverso l'interiorizzazione e la personalizzazione di ciò che viene insegnato. Ovviamente, si tratta di metodologie che raggiungono la massima efficacia attraverso un uso consapevole del linguaggio, che deve essere semplice, non tecnico, inclusivo e diretto.

Probabilmente, tuttavia, non esiste una soluzione universale per un corso di alfabetizzazione mediatica efficace; inoltre, la velocità dell'innovazione richiede un continuo aggiornamento. È fondamentale non fermarsi e perseguire un percorso partecipativo e democratico che coinvolga tutti i membri della comunità, e a cui il presente partenariato spera di aver dato un piccolo contributo.

# 9. Riferimenti bibliografici

- Abreu, C. M. de., *Truth or fake - paris: Digital Artist's Pride Month Creation Sparks fake news and homophobia on Twitter*, 2023
- Agicom, *L'informazione alla prova dei giovani, servizio economico-statistico*, 2020
- Aroldi P., et al., *Media Literacy Versus Fake News. Esperienze e best practice in Italia*, 2022
- Censis, *18° Rapporto sulla comunicazione, I media della crisi*, Roma, 2022
- EU Disinfo Lab, 2023,
- European Commission (2022), *Digital Economy and Society Index (DESI) 2022*, Greece
- European Commission (2022), *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020*, Lithuania
- France 24, *France says uncovers major disinformation campaign by Russia*, 2023
- Gillis A. S., *What is a competency framework?*, retrieved from <https://www.techtarget.com/searchhrsoftware/definition/competency-framework>
- Hobbs R. *Media Literacy Foundations*, University of Rhode Island, 2019
- Kralj, L., *Greece: a snapshot of digital skills*, 2023
- Les Ateliers de l'info. 2023,
- LibertiesEU, *Misinformazione vs Disinformazione: definizione ed esempi*
- Ministère de la Culture, *Media Mobilisation for Media and Information Literacy*. 2023
- Ministère de la Culture, *Media Mobilisation for Media and Information Literacy*. 2023
- Pérez Tornero J. M., *Media Literacy New Conceptualisation, New Approach*, January 2008, *Sweden: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media*
- Prithvi Iyer, *Bolstering Election Credibility in the US and Brazil: The Impact of Prebunking and Validating Sources*, 2024, Policy Tech Press
- Ravazzani P., Scarfi M. R., Zeni O. *La tecnologia 5G non diffonde il COVID-19*, 2020
- RTR.at (2023a), *Medienkompetenz - Schlüssel "Bildung" als gesamtgesellschaftliche Aufgabe*, 2023
- Saferinternet.at, *Das Internet sicher nutzen*, 2023,
- Statista.de, *Tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien in Österreich in den Jahren 2021 und 2022*
- Viard-Guillot L., *82% of Internet users protected their personal data online*, 2022
- Vinocur, N., *Yellow jackets "fake news" shared millions of times on Facebook*, 2019
- World Economic Forum, *The Global Risk Report 2024*, <https://www.weforum.org/publications/global-risks-report-2024/>



## Websites

[factuel.afp.com](http://factuel.afp.com)

[www.apa.at/service/faktencheck-2/](http://www.apa.at/service/faktencheck-2/)

[www.arcom.fr](http://www.arcom.fr)

[www.check4facts.gr/about/project](http://www.check4facts.gr/about/project)

[www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/ateliers-declic-critique.html](http://www.clemi.fr/fr/ressources/nos-ressources-videos/ateliers-declic-critique.html)

[www.commit.at/projekte/miles](http://www.commit.at/projekte/miles)

[www.cremit.it/tecnologie-digitali-per-vivere-attivamente-un-progetto-di-educazione-ai-media-rivolto-alla-terza-eta](http://www.cremit.it/tecnologie-digitali-per-vivere-attivamente-un-progetto-di-educazione-ai-media-rivolto-alla-terza-eta)

[www.cybersafety.cy/](http://www.cybersafety.cy/)

[www.digitalstrategy.gov.gr/en](http://www.digitalstrategy.gov.gr/en)

[www.disinfo.eu](http://www.disinfo.eu)

[www.elearning.iep.edu.gr/study/course/index.php?categoryid=44](http://www.elearning.iep.edu.gr/study/course/index.php?categoryid=44)

[www.ellinikahoaxes.gr/about-us](http://www.ellinikahoaxes.gr/about-us)

[www.factcheckcyprus.org](http://www.factcheckcyprus.org)

[www.france24.com/en/live-news/20230613-france-says-uncovers-major-disinformation-campaign-by-russia](http://www.france24.com/en/live-news/20230613-france-says-uncovers-major-disinformation-campaign-by-russia)

[www.francetvinfo.fr/replay-radio/emissions-podcasts.html](http://www.francetvinfo.fr/replay-radio/emissions-podcasts.html)

[www.liberties.eu/it/stories/misinformazione-vs-disinformazione/43752](http://www.liberties.eu/it/stories/misinformazione-vs-disinformazione/43752)

[www.meddmo.eu/](http://www.meddmo.eu/)

[www.mediaeducationlab.com](http://www.mediaeducationlab.com)

[www.medialiteracy.pi.ac.cy](http://www.medialiteracy.pi.ac.cy)

[www.meetcenter.it/it/freeyou-il-corso-di-formazione-per-la-media-literacy/](http://www.meetcenter.it/it/freeyou-il-corso-di-formazione-per-la-media-literacy/)

[www.mimikama.org/](http://www.mimikama.org/)

[www.politico.eu/article/yellow-jacket-protest-fake-news-shared-millions-of-times-on-facebook-study](http://www.politico.eu/article/yellow-jacket-protest-fake-news-shared-millions-of-times-on-facebook-study)

[www.raiplay.it/programmi/pillolecontroladisinformazione](http://www.raiplay.it/programmi/pillolecontroladisinformazione)

[www.saferinternet.at](http://www.saferinternet.at)

[www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Fake-News\\_Bingo.pdf](http://www.saferinternet.at/fileadmin/categorized/Materialien/Fake-News_Bingo.pdf)

[www.schoolmedia.it/Laboratorio-di-scrittura.html](http://www.schoolmedia.it/Laboratorio-di-scrittura.html)

[www.techtarget.com/searchhrsoftware/definition/competency-framework](http://www.techtarget.com/searchhrsoftware/definition/competency-framework)

[www.vdu.lt/lt/study/subject/11156](http://www.vdu.lt/lt/study/subject/11156)

# Partner



COORDINATORE

**BürgerInnen Forum Europa** – Austria

<https://www.buergerforum-europa.at/>



**Neapolis University Pafos (NUP)** – Cipro

<https://www.nup.ac.cy/>



**Athens Lifelong Learning Institute** – Grecia

<https://www.nup.ac.cy/>



**Centro per lo Sviluppo Creativo “Danilo Dolci” (CSC)** – Italia

<https://danilodolci.org/>



**Syncnify** – Francia

<https://www.syncnify.fr/>



**VšĮ Socialinių inovacijų centras (SIC)** – Lituania

<https://www.socin.lt/>





# CheckMate

Empowering Europeans towards a Media-Savvy Citizenry

Erasmus + - KA2: Cooperation Partnership – Adult  
Project n° 2023-1-AT01-KA220-ADU-000155104



**Cofinanziato  
dall'Unione europea**

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.