



RAPPORTO DELL'AUDIT DI COMUNITÀ IN ITALIA

*A cura di Speha Fresia Società Cooperativa
Aprile, 2020*



**Developing Community Media to Mitigate
the Impact of Fake News**

Sommario

Rapporto dell’Audit di Comunità in Italia	2
Introduzione.....	2
Scopi ed obiettivi del Rapporto	2
Panoramica delle Comunità di Riferimento.....	2
Metodi adottati.....	3
Risultati	4
Alcune note sullo scenario nazionale	4
Workshop con il Gruppo Locale di sostegno	6
Risposte al questionario e analisi dei dati	6
Sintesi e riflessioni	20
Fasi successive	22
Note dell’autore.....	22
Appendice	23

Rapporto dell'Audit di Comunità in Italia

Introduzione

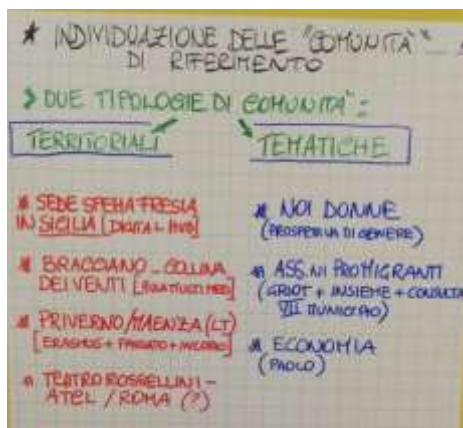
La conduzione di questa ricerca, realizzata attraverso l'audit di comunità, è stata concepita nell'ambito del Progetto Erasmus+ "Wires-Crossed: Sviluppo di mezzi d'informazione comunitari per mitigare l'impatto delle fake news", in partenariato con altri 7 paesi europei, Germania con il capofila di progetto, e la partecipazione di organizzazioni da Cipro, Croazia, Irlanda, Italia, Repubblica Ceca e Polonia.

Il focus del progetto Wires-Crossed è quello di sviluppare le capacità delle persone comuni per far fronte allo stress e alle tensioni dell'odierna società dell'informazione, mitigando l'impatto delle campagne di notizie false, volte a destabilizzare la coesione sociale, e nei casi più gravi, il processo democratico. Mira a costruire un quadro di riferimento per media di comunità che forniscano alle stesse le conoscenze, le abilità e le competenze per sviluppare, gestire e mantenere un servizio d'informazione multimediale per i residenti locali.

Scopi ed obiettivi del Rapporto

Come primo passo per raggiungere gli scopi e gli obiettivi del progetto Wires-Crossed, il partenariato ha progettato e realizzato uno schema di audit della comunità attingendo agli elementi più appropriati degli approcci di sviluppo della comunità basati sul "patrimonio" e le risorse presenti nelle comunità (*Asset-based Community Development - ABCD*). Questo audit metterà in evidenza le competenze digitali e le risorse educative all'interno della comunità locale e anche i deficit presenti. Lo scopo è quello di sollecitare le diverse comunità coinvolte nel progetto ad un "fare insieme", quale elemento costitutivo di un approccio dal basso e partecipativo. Lo svolgimento dell'audit della comunità sarà la prima opportunità per incoraggiare i gruppi delle comunità locali ed i residenti a prendere l'iniziativa nel processo di sviluppo e nella proprietà degli eventuali risultati del progetto. In linea con questa filosofia, i partner seguiranno una metodologia di ricerca-azione partecipativa, che coinvolge un gruppo locale e lo supporta per completare gli audit basati sulle risorse, coltivando atteggiamenti positivi tra le comunità selezionate e, contemporaneamente, raccogliendo i dati richiesti.

Panoramica delle Comunità di Riferimento



In Italia, e specificatamente nella Regione Lazio, abbiamo attivato diverse "comunità", territoriali e di interesse tematico. Durante il primo workshop, realizzato a Roma nel dicembre 2019, con i partecipanti al focus group abbiamo individuato le seguenti potenziali comunità di riferimento.

Tra quelle **Territoriali**, la sede secondaria della cooperativa Speha Fresia in Sicilia, dove uno dei nostri soci-lavoratori è stato investito della responsabilità di promuovere un Digital Hub per la cooperazione di Legacoop Sicilia.

Nei dintorni di Roma, a Bracciano, con la collaborazione dell'Associazione Paola Decini, dove si sta realizzando un

progetto di seconda accoglienza per donne fuoriuscite da condizioni di violenza domestica, e dove è previsto l'allestimento di un'aula multimediale.

Le altre sedi di una potenziale sperimentazione sono nel sud della nostra regione, in provincia di Latina, nei due comuni di Maenza e Priverno. In quest'ultimo, Speha Fresia ha realizzato negli ultimi due anni un percorso formativo per organizzatori di eventi culturali e festival di comunità, nell'ambito del progetto Erasmus+ per gli Adulti, denominato VAL.oR per l'emersione e la valorizzazione delle competenze tacite nella gestione di eventi e festival culturali. Un altro snodo di Wires-Crossed potrebbe essere rappresentato dal Teatro Rossellini a Roma, gestito da ATCL, partner associato di Speha Fresia in numerose iniziative relative alla promozione dello spettacolo dal vivo.

Tra le comunità Tematiche, per lo svolgimento del progetto, potremmo contare sull'approccio di genere, garantito dalla presenza della rivista online di NOIDONNE, su una prospettiva transculturale, con l'interesse dimostrato da alcune Associazioni Interculturali, come Griot e Insieme per la Solidarietà Roma 1, così come della Consulta per l'Integrazione dei Cittadini Stranieri del VII Municipio di Roma. Infine, l'interesse da parte di un esperto di economia e finanza, ci consentirà una supervisione sulla correttezza delle "buone notizie" in questo ambito disciplinare.

Nelle comunità territoriali in provincia di Latina, possiamo altresì contare sul sostegno fattivo delle Amministrazioni Comunali di Priverno e Maenza, attraverso la disponibilità di spazi dedicabili alle attività di Wires-Crossed.

Metodi adottati

Come negli altri paesi partner, siamo partiti da una brevissima ricognizione dello stato dell'arte sulle fake news in Italia. Il secondo passo è stato realizzato attraverso la convocazione di un gruppo mirato di interlocutori locali, che hanno partecipato nel dicembre 2019 a un workshop di tre ore, durante il quale abbiamo condiviso gli obiettivi di progetto e concordato sull'avvio della ricerca-azione con i diversi referenti locali, con la rivisitazione dello strumento di rilevazione. Il questionario è stato somministrato online, tenendo conto della rappresentatività richiesta dalla progettazione iniziale. Nel questionario non sono state richieste informazioni personali sui rispondenti.

L'obiettivo quantitativo era il raggiungimento di 100 questionari, ampiamente raggiunto con 103 partecipanti all'audit. Purtroppo la modalità di somministrazione online è stata una scelta obbligata, in considerazione delle restrizioni intervenute per effetto della pandemia da Covid-19.

Infatti, il nostro programma iniziale prevedeva l'organizzazione di un incontro pubblico nel comune di Maenza, nel mese di marzo, dopo aver concordato con l'Assessora alla Cultura il coinvolgimento delle altre realtà associative territoriali per promuovere ulteriori collaborazioni e complementarità. Per lo staff di progetto questo appuntamento è solamente prorogato, appena sarà nuovamente possibile incontrarsi.

Al termine della stesura, il Rapporto è stato inviato a 19 interlocutori privilegiati per una revisione complessiva del testo e dei contenuti, ed alcuni hanno sottolineato la prevalenza di Facebook rispetto a Instagram, sottolineando che l'età media del campione è probabilmente alta.

Tra i riscontri ricevuti riteniamo interessante proporvi la riflessione di Marguerite Welly Lottin e di Paolo Raimondi, che ci segnalano quanto segue: *"Forse si potrebbe in futuro fare qualche cosa di più mirato alle fake news relative al Covid-19. Stanno assumendo degli effetti di vera e propria guerra. Un esempio che mi ha fatto conoscere Marguerite: In Cina delle fake news sulla responsabilità di contagio portato da cittadini africani in una regione cinese ha scatenato delle reazioni violente e razziste da parte delle popolazioni locali. La notizia sta circolando in Africa e in varie parti si stanno*

verificando degli attacchi da parte di gruppi africani contro la presenza dei cinesi. Cose in sé molto pericolose a cui bisognerebbe poi chiedere 'cui prodest'?"

Ulteriori riflessioni, che ci rimandano a successivi approfondimenti, sono state condivise da Stefano Irsuti, esperto IT, e Fulvio Campa, socio-lavoratore di Speha Fresia, e che riportiamo in appendice.

Risultati

Alcune note sullo scenario nazionale

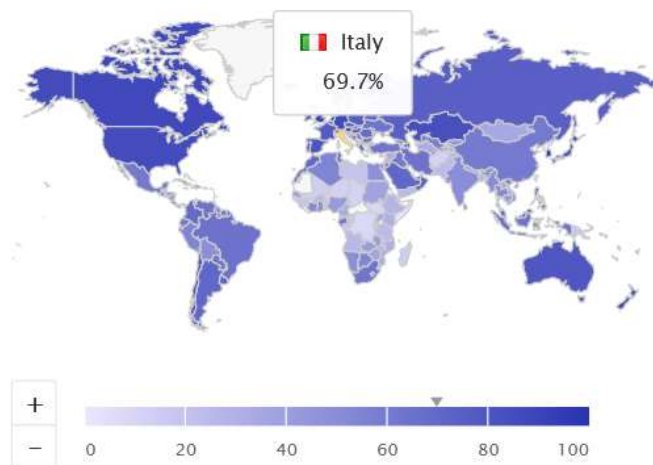
Nei paesi democratici, e generalmente ovunque, l'opinione pubblica è importante per la governance, le notizie false possono generare difficoltà nella governabilità e creare disordine a causa della loro grande capacità di influenzare la percezione della realtà.

In Italia la situazione peggiora considerando l'alto livello di analfabetismo funzionale e un basso livello di scolarizzazione. Se è vero che l'analfabetismo (strumentale primario) in Italia è quasi completamente scomparso, grazie all'istruzione di massa e alle riforme del sistema, il cosiddetto analfabetismo funzionale rimane ancora rilevante.

Infatti, dall'ultimo censimento (2011) risulta che in Italia la popolazione analfabeta, di età superiore ai 15 anni, è di 588.618 individui, pari all'1,1% della popolazione di questa fascia di età; la quota diminuisce a 183.602 individui se si considera la popolazione attiva (15-64 anni), quindi pari allo 0,4 per cento. I dati PIAAC, d'altra parte, mostrano che il problema degli analfabeti poco qualificati (o analfabeti funzionali) è una realtà drammaticamente presente in Italia:

i cittadini di età compresa tra 16 e 65 anni con livelli di alfabetizzazione molto bassi sono poco meno di 11 milioni, il 27,9% della popolazione di riferimento (la percentuale più alta tra i paesi che partecipano al primo turno del sondaggio, mentre la media OCSE è del 15,5%).

Anche qui, quindi, le notizie false sono molto pericolose poiché un numero sempre crescente di persone in tutto il mondo utilizzano per la ricerca di informazioni online. Invece, la più piccola parte della popolazione utilizza ancora i media tradizionali¹.



Top 5	
1. Denmark	94.0%
2. South Korea	93.7%
3. Norway	93.5%
4. Luxembourg	92.9%
5. Iceland	92.7%
<hr/>	
60. Italy	69.7%

¹ Fonte: statista.com

In Italia, come riporta il sito *Statista @ Natural Earth – 2018*, la penetrazione di Internet è cresciuto al 69,7% nel 2018, posizionandosi al 60° posto nella classifica mondiale, prevedendo per il 2023 un indice di penetrazione pari al 76,7%, comunque distante dalle nazioni, anche europee, in testa a questa graduatoria.

Rispetto alle notizie false, soprattutto negli ultimi anni, abbiamo assistito a modelli di comunicazione politica che miravano alla “pancia” delle persone, fondate su visioni discriminanti, soprattutto nei confronti delle fasce più deboli della popolazione, come i migranti, o le donne, che continuano ad essere un bersaglio privilegiato dei nuovi “nazionalisti” e “populisti”.

Nel 2015 il Parlamento italiano ha approvato una Dichiarazione dei diritti di Internet. Permette "la protezione della dignità delle persone dagli abusi legati a comportamenti come l'incitamento all'odio, la discriminazione e la violenza". Nel 2017, la senatrice Adele Gambaro ha promosso un disegno di legge in particolare contro le notizie false. Il decreto prevede che coloro che diffondono notizie false (calunnie, diffamazione, allarmi infondati tra la popolazione) debbano essere puniti con detenzione e sanzioni.

Inoltre, lo stesso decreto afferma che i gestori di piattaforme sono responsabili della rimozione dei contenuti e devono anche “utilizzare i report degli utenti effettuati tramite strumenti adeguati, disponibili sulle stesse piattaforme digitali”.

Ma, ad oggi, non esiste ancora una legge che punisca chi crea e / o diffonde notizie false.

Per compensare questo vuoto giuridico, le attività settoriali si moltiplicano: L'Ordine Nazionale dei Giornalisti si sta muovendo fortemente contro il flagello delle notizie false e si sta preparando a lanciare il “Protocollo di informazione certificato”. Si tratta, in pratica, di un bollino di garanzia che presto accompagnerà gli articoli e la firma del giornalista. Questo badge conterrà un codice QR. Il lettore sarà in grado di inquadrare - e quindi aprire - il codice QR con lo smartphone. Grazie alle informazioni che riceverà, sarà in grado di verificare che l'autore dell'articolo sia effettivamente registrato presso l'Ordine dei giornalisti, da quanto tempo, e con quale numero d'iscrizione. Uno status che comporta responsabilità precise. Ogni membro è soggetto ad una serie di regole, incluse quelle etiche, che ogni giornalista deve rispettare².

Non riportiamo nel presente rapporto le tante fake news circolate negli ultimi anni, perché l'evento della pandemia ha portato alla ribalta dei principali mezzi d'informazione mainstream questa pratica scorretta che mina la coesione sociale, mirando a manipolare, più che ad informare, l'opinione pubblica.

² Fonte:

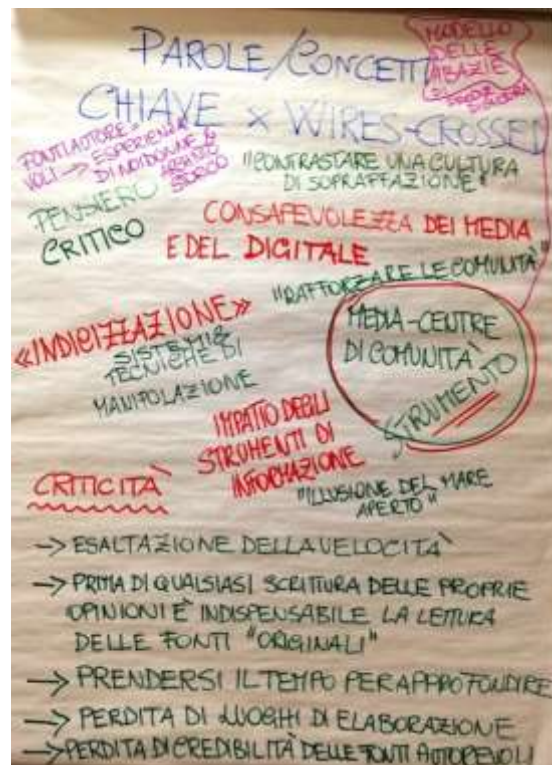
https://www.repubblica.it/economia/2020/01/30/news/l_ordine_dei_giornalisti_lancia_il_pic_contro_le_fake_news_un_bollino_di_garanzia_sugli_articoli_-247092746/

Workshop con il Gruppo Locale di sostegno

Non a caso, infatti, tra le parole ed i concetti chiave emersi durante il focus group con il gruppo locale di sostegno a Wires-Crossed, troviamo l'elemento centrale dell'autorevolezza delle fonti, come ci insegna l'esperienza ultra settantennale di NoiDonne e del suo Archivio Storico.

Si è sottolineata la necessità di una maggiore consapevolezza nell'uso dei media digitali, intervenendo, soprattutto in quanto educatori, nell'allenare al pensiero critico e nel promuovere il contrasto ad una cultura della sopraffazione.

Indubbiamente, sistemi e tecniche di manipolazione³ sono sempre esistiti e chi approfondisce i suoi temi d'interesse corre minori rischi. Ma, l'esaltazione della velocità, la scarsa accuratezza nella lettura delle fonti originali, la perdita di luoghi di elaborazione e di confronto, ma anche la perdita di credibilità delle fonti autorevoli, rappresentano criticità rilevanti, alle quali il nostro piccolo progetto vorrebbe provare a fornire delle soluzioni. La realizzazione di Centri Media di Comunità è il nostro obiettivo, con la partecipazione pro-attiva delle comunità di riferimento, prendendo anche a modello le Abazie, quali luoghi di produzione di cultura ... ma per il nostro Centro Media non sono richieste "investiture", ci basta solo la vostra partecipazione!



Risposte al questionario e analisi dei dati

Il questionario, somministrato online nel mese di marzo 2020, e comprende tre parti.

La Parte I riguarda le conoscenze generali possedute dai rispondenti, la Parte II concerne le conoscenze specifiche sui nuovi media, e la Parte III include domande sulla disponibilità di risorse strumentali, logistiche ed umane finalizzate alla creazione di un Centro Media di Comunità.

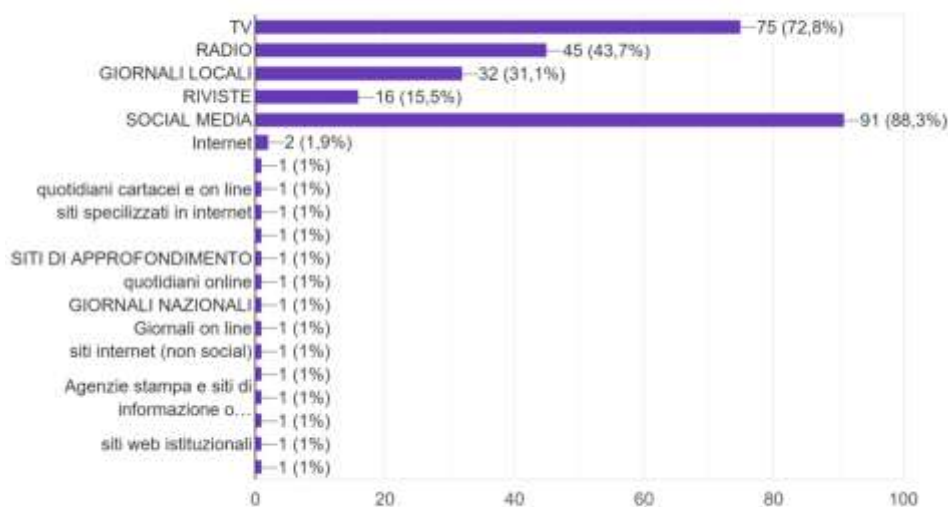
A seguire, i risultati ottenuti.

³ Per approfondimenti si consiglia il sito: <http://www.pensierocritico.eu/manipolazione-mediatica.html>

Parte I – Conoscenze generali

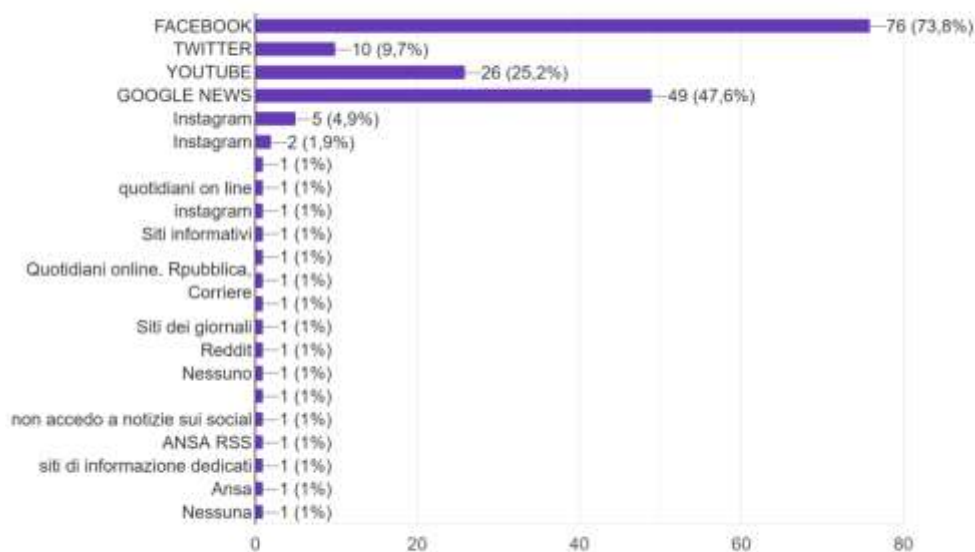
1. Come accedi a notizie e contenuti multimediali?

103 risposte



2. Se accedi alle notizie attraverso i social media, quale piattaforma usi?

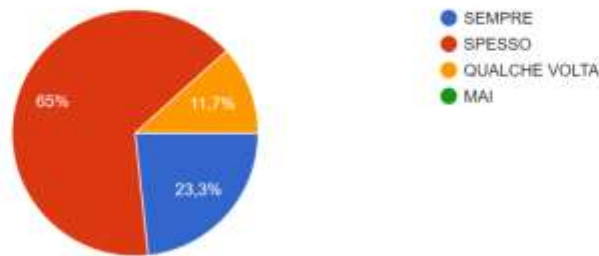
103 risposte



3. Quando analizzi il contenuto dei media, sei in grado di capire facilmente a chi è rivolto e perché?

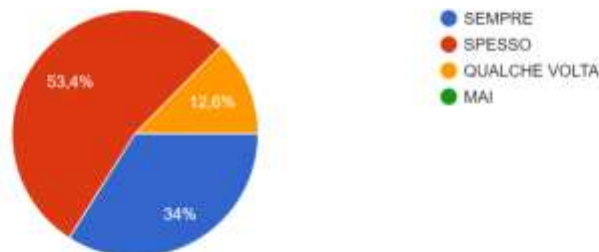
Per esempio: giovani, nazionalisti

103 risposte



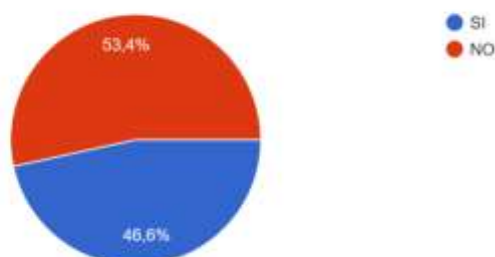
4. Sei in grado di valutare l'intento che sta dietro la pubblicazione di una notizia? Per esempio, una visione conservatrice o ambientalista...

103 risposte



5. Hai mai sentito parlare di click-bait ("esca/trappola" da click)?

103 risposte



6. Se sì, sei mai caduta/o nella trappola del click-bait? (descrivi brevemente il caso)

37 risposte

Tra queste, 7 risposte ribadiscono il fatto di non avere mai "abboccato" a queste trappole, in quanto facilmente identificabili, o perché consapevoli di non avere "il click compulsivo". Per chi ha risposto positivamente, nella maggioranza dei casi sono i "titoli", che stimolano la curiosità, soprattutto riferiti a VIP o al tema della salute, ma che rimandavano ad annunci pubblicitari oppure a contenuti che non avevano nulla a che fare con la propria scelta. Chi ha risposto positivamente ha riscontrato queste "trappole" in annunci o email dove comunicano che sei il vincitore di uno smartphone, oppure sui social, con le piattaforme di test o supporti psicologici, con l'attivazione di servizi a pagamento, senza esserne consapevoli. Diversi rispondenti indicano titoli sensazionalistici in ambito sportivo, nutrizionale o di cronaca locale, anche con scoop inventati, o con link a notizie verosimili. Riportiamo per esteso alcune risposte:

“Cerco di evitarlo quando possibile, ma non sempre lo è!”

“Anni fa aprendo un allegato sono stati azzerati tutti i dati del pc con richiesta di pagamento per riaverli. Ovviamente richiesta rifiutata e riattivazione del pc riformattando e riprendendo i dati da un hard-disk esterno su cui li avevo salvati (fortunatamente!).”

“Non ricordo un episodio preciso, ma capita molto spesso di aprire un articolo, anche delle testate maggiori, incuriositi dal titolo per poi scoprire che le informazioni contenute all'interno hanno pochissima attinenza con l'intestazione. Spesso si tratta di non-notizie, informazioni superflue travestite da 'ultim'ora'.”

“Sì, ma lo faccio intenzionalmente, perché sono curiosa di vedere come funzionano.”

7. Se sì, dove hai visto pubblicati articoli click-bait?

34 risposte

10 risposte fanno diretto riferimento ai social media, il più citato è Facebook con 6 indicazioni, ma anche Google, Libero e Outlook, durante l'accesso al proprio account di posta elettronica. Si fa riferimento anche a testate giornalistiche, principalmente secondarie, ma sono citate anche testate nazionali e siti “blasonati”.

Riportiamo per esteso alcune risposte:

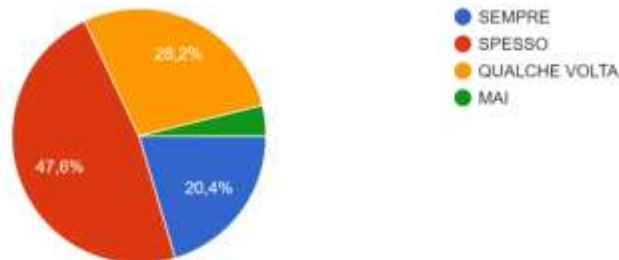
“In molte pagine, alcune testate giornalistiche producono articoli di questo tipo.”

“App con notifiche push.” (È un tipo di messaggistica istantanea con la quale il messaggio giunge al destinatario senza che questo debba effettuare un'operazione di scaricamento).

“Ultimamente su molte pagine di previsioni meteo.”

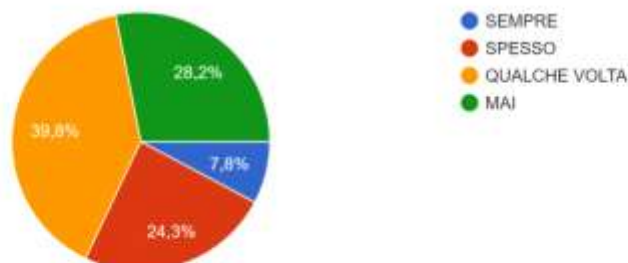
8. Con quale frequenza controlli l'origine del contenuto multimediale che consumi?

103 risposte



9. Con quale frequenza controlli le credenziali di giornalisti e blogger che operano online?

103 risposte



Per favore, descrivi brevemente la tua risposta (come, perché etc.).

62 risposte

Nonostante la pletera di produttori di notizie, ca. il 29% controlla le credenziali o il curriculum vitae degli autori attraverso ricerche su Google, LinkedIn, Wikipedia e su Internet in generale (bibliografia), o sui loro profili social, soprattutto se c'è interesse per le notizie pubblicate.

Ma un paio di persone riferiscono che non lo hanno mai fatto, e non saprebbero come farlo.

Alcuni dichiarano di non avere il tempo per questi approfondimenti, o si concentrano sulla forma della notizia, oppure non approfondiscono quando non piacciono le notizie (o considerate fuori luogo o pericolose), o semplicemente per superficialità. Per molti dipende da chi pubblica la notizia, affidandosi a giornalisti/blogger che si conoscono e che si seguono normalmente, attraverso pagine ufficiali, o la versione online di giornali nazionali (Repubblica, Corriere della Sera, Sole24ore) potendosi fidare dei giornalisti che vi scrivono, o new talk show televisivi.

Riportiamo per esteso alcune risposte:

“Controllo per quale giornale lavorano e la data di pubblicazione, faccio attenzione alle notizie che arrivano da YouTuber e influencer verificando chi sono, da chi sono seguiti e confrontando con altre notizie sullo stesso tema.”

“La libertà di espressione che permette la rete ha come conseguenza la libertà di chiunque di dire la qualunque cosa.”

“Attraverso ricerche on line anche andando a cercare pubblicazioni precedenti per verificare la sua opinione e i suoi orientamenti politici, le sue posizioni su diverse tematiche. Iscrizione all'ordine giornalisti, ecc.”

“Controllo sempre, cerco di analizzare la fonte. Ci sono troppe fake news!”

“Tendenzialmente leggo info quasi sempre dalle stessi fonti perché ho una avversione aprioristica verso i social quindi li scruto, ma sempre con diffidenza e pensando alla manipolazione che si portano dietro.”

“Non sono sui social e non ne ho necessità.”

“Spesso guardo solo se il sito principale dove è pubblicata la notizia sia credibile o poco credibile. In quest'ultimo caso faccio altre ricerche su altre pagine per confrontare le notizie.”

“Controllo le credenziali sia quando sto leggendo qualcosa di molto interessante (per sapere chi ha scritto l'articolo) sia quando non mi convince il contenuto di un articolo in modo da controllare chi lo ha prodotto.”

“Non ho mai pensato a questa eventualità, leggo la notizia in quanto tale e valuto la notizia e l'articolo, non chi l'ha scritto, cioè non trovo importante sapere chi l'ha scritta a meno che non sia un articolo che mi piace molto quindi desidero saperlo.”

“Per me è importante sapere se si tratta di un giornalista che veramente pubblica i suoi articoli e quindi si prende la responsabilità del contenuto.”

“A volte non è necessario verificare le credenziali di presunti giornalisti perché contenuti e scrittura sono mediocri. Spesso verifico le credenziali perché può capitare di conoscere penne e menti interessanti. In quel caso conoscendoli è possibile seguire la loro produzione on line.”

“Controllo le credenziali nei casi in cui ho bisogno di un parere autorevole, come per esempio sull'utilizzo di un certo rimedio per la salute oppure di un integratore. Insomma, quando c'è di mezzo la salute.”

10. Se sei a conoscenza di casi di fake news circolate a livello nazionale (o locale), per favore, puoi indicare brevemente il caso che ti ha particolarmente colpita/o?

103 risposte

Circa il 23% dei rispondenti non ne conosce o non se ne rammenta. La prevalenza riporta le notizie false sul Covid-19, dal contagio derivante dagli animali domestici (cani e gatti), anche se prontamente disconfermate dalla protezione civile, al mancato pagamento degli stipendi per i mesi di marzo e aprile, oppure sul lancio di disinfettanti durante la notte per contrastare il virus, ed anche sulla trasmissione attraverso le scarpe. Viene citato anche il video di un sedicente medico che critica tutto e tutti, spara sentenze su tutta la situazione giocando con i sentimenti delle persone, oppure il fatto che il Corona Virus sopravvive 9 giorni sull'asfalto. Tra le migliori c'è quella delle cisterne che trasportano il virus Covid-19, con tanto di scritta sulla fiancata!

L'ultimo caso è stato la storia di una comunità religiosa che avrebbe portato a diversi contagi, perché non ha rispettato il divieto di celebrare, o sui rimedi assolutamente certi di cura. Anche nel caso del

Covid-19 non si è persa l'occasione per squalificare il lavoro delle ONG impegnate nel settore sanitario, come Emergency o Medici Senza Frontiere.

Anche le fake news che riguardano le categorie sociali deboli e create per accrescere sentimenti di razzismo sono riportate da circa il 10% dei partecipanti, evidenziando per esempio: il caso di una sassaiola contro gli studenti cinesi a Frosinone, notizia completamente inventata e riportata da tutti i media, o la "pseudo" invasione degli stranieri e il mercato del lavoro, o il caso di Giobbe Covatta. Altri casi riguardano figure di donne con ruoli politici, come per Laura Boldrini. Ma spesso le notizie false si avvalgono di immagini relative ad altri contesti o del passato, o richieste di aiuto per malati inesistenti (catene di Sant'Antonio), ma anche *"annunci di sconto di una grande marca di abbigliamento che in realtà non era veritiero"*. La persona che ha citato questo caso, ha anche denunciato il sito alla polizia postale. Oppure la notizia di una tartaruga gigante ritrovata sulla costa Jonica, proprio nella zona frequentata dal partecipante, o la vendita di insetti nei supermercati. Anche le scie chimiche e i vaccini che provocano l'autismo sono state ricordate. La più divertente è quella sull'allineamento dell'asse terrestre, che avrebbe permesso alle nostre scope di stare in verticale!

Riportiamo per esteso alcune risposte:

"Miliardi...ogni volta che ce n'è una, vado a cercare le fonti su Bufala.NET e li rimando a chi ci casca."

"L'eccessivo allarmismo sui casi di coronavirus in Italia spesso senza indicare l'età e le patologie nei casi di decesso delle persone colpite e il confronto numerico con una normale influenza."

"Le notevoli imprecisioni nei settori di mia competenza: rifiuti e tecnologie informatiche."

"In questo momento non mi viene in mente, ma in genere cerco nella pagina che analizza le fake news, anche se a volte ci sono cascata provenendo da persone che ritenevo attendibili."

"Disinformazione e calunnie sul Camerun e sull'Africa."

"Purtroppo adesso le stesse persone che creano queste informazioni e le divulgano è per trarne profitto o semplicemente ossessioni frustrazioni."

"Un video ripubblicato sui social, qualche mese fa, nel quale vengono ripresi ragazzi di colore che distruggono una macchina dei carabinieri. Ha suscitato tanta rabbia e razzismo, ma in realtà era un video ripreso da un film."

"Le fake news che più mi hanno colpito sono legate al fenomeno migratorio e all'Unione Europea. Nel primo caso si tratta di notizie false fortemente discriminatore, nel secondo di notizie false o imprecise sul ruolo delle istituzioni europee, sui meccanismi decisionali e sul progetto europeo in generale."

"La prima in assoluto il caso Tortora e a livello locale il caso Punto di primo intervento di Priverno dove si è molto speculato su una chiusura inesistente che ha generato allarme."

"Ultimamente fake sul fatto che avrebbero pulito le strade di Roma a causa del coronavirus, sul sito del comune non c'era traccia, al Tg non ne hanno parlato, eppure la notizia ha girato parecchio."

"Sono diversi, non ne ricordo uno in particolare. Faccio molta attenzione a ciò che condivido. Le notizie di massa e di clamore di solito le evito appunto per questo motivo."

"Il fenomeno delle fake news è diffuso e diramato. Non mi viene in mente nulla di eclatante e forse è proprio questo il problema."

"Onestamente, leggendo solo i giornali e non avendo social non mi capita di inciampare in notizie false."

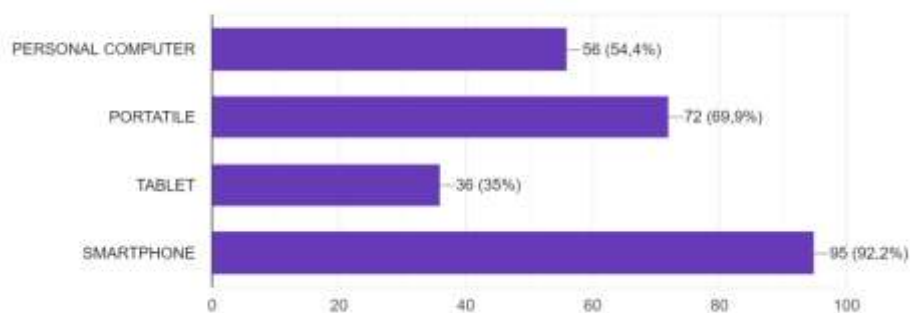
"Non usando volutamente Facebook e Twitter evito le fake news, se non quelle segnalatemi da amici via WhatsApp."

"A livello nazionale è difficile che circolino notizie false, mentre è frequente che delle notizie siano parziali o inesatte; tali notizie raramente vengono corrette. A livello locale il numero di notizie false aumenta notevolmente."

Parte II - Conoscenze specifiche sui nuovi media

1. Al momento hai accesso a:

103 risposte



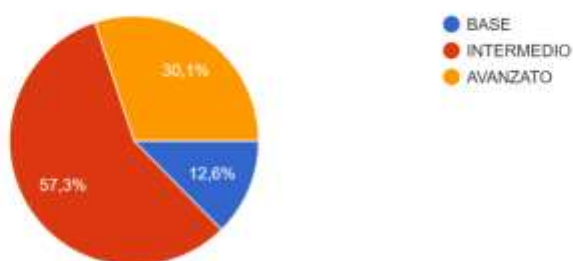
2. Hai un accesso quotidiano a Internet?

103 risposte



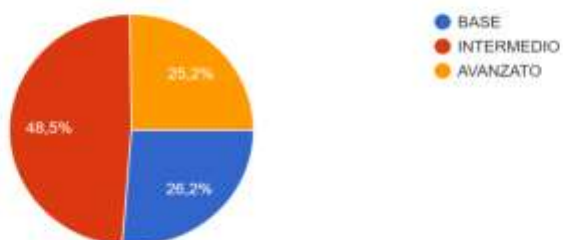
3. Come valuti il livello delle tue abilità ICT (le tecnologie di comunicazione), e della tua capacità di usare un computer?

103 risposte



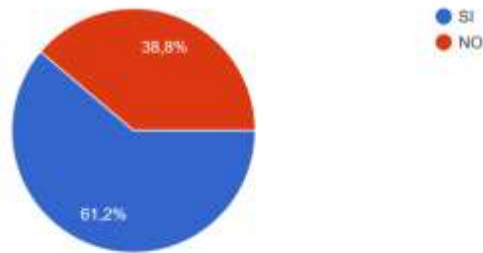
4. Come valuti la tua alfabetizzazione sui nuovi social media? Per alfabetizzazione si intende "la capacità di usare, analizzare, valutare e creare strumenti mediatici in forme differenti"

103 risposte



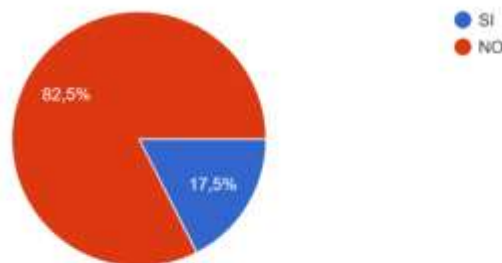
5. Saresti interessato a corsi di formazione per aiutarti a migliorare la tua alfabetizzazione mediatica?

103 risposte



6. Hai mai frequentato corsi di formazione concernenti i nuovi media?

103 risposte



Se sì, ci puoi fornire alcuni dettagli su questa formazione?

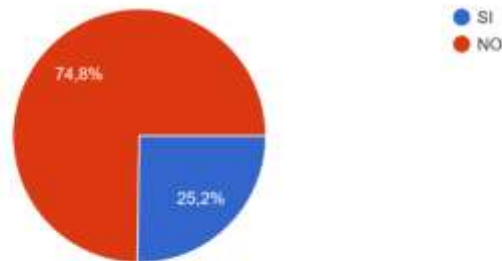
16 risposte

- 24 ore di formazione sulla piattaforma Moodle.
- All'università.
- Per migliorare l'utilizzo di Instagram e Google.
- CSV.net e CESV Roma e Scuola della Partecipazione di Roma.
- Nel corso social media editor ho affrontato argomenti e tecniche riguardanti le nuove forme di linguaggio adatto ai diversi media. Il loro target, la pubblicazione attraverso la programmazione, i calendari editoriali, ecc.
- Corso sulle fake news.
- Si trattava di un intensivo di due giorni molto tempo fa non è servito a molto perché non è seguita una parte pratica di attuazione dei meccanismi spiegati.
- ECDL, corsi ministeriali per docenti livelli avanzati.
- Formazione su business marketing, come utilizzare i social.
- Webinar online.
- Vivo all'estero e lavoro con i giovani nella scuola ed in altre istituzioni, ho frequentato corsi su come gestire la comunicazione, la fruizione e l'abuso da parte dei giovani e ho studiato scienze della comunicazione.
- In azienda, ma non troppo approfonditi.
- Riguardava gli strumenti open source.
- Google, imprenditori digitali.
- Brevi descrizione di base ad opera di amici più preparati
- Da poco ho frequentato un corso sul "social media manager" che mi ha notevolmente aiutata nella mia formazione, fornendomi gli strumenti necessari per praticare una buona

informazione mediatica attraverso l'uso dei social che, al giorno d'oggi, possono considerarsi di largo utilizzo rispetto all'uso, purtroppo, di fonti cartacee.

7. Hai lavorato in passato nei media?

103 risposte



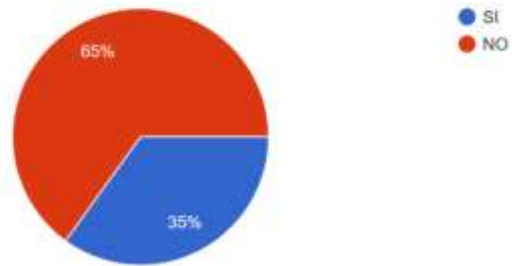
Se sì, ci puoi fornire alcuni dettagli sull'esperienza lavorativa?

25 risposte

- Sono una copywriter e lavoro tuttora nel mondo della comunicazione.
- Aggiornamenti dei contenuti da pubblicare online (siti della società e di progetto), animazione con contenuti specifici su pagine di progetto di social network.
- Produzioni di video, è realizzazione siti web.
- Collaboratore Esterni presso il Mattino.
- Community Manager per ONG e organizzazioni no profit.
- Pubblicazione articoli su testate digitali.
- Saltuari lavori per privati: creazione siti, blog, profili, creazione sondaggi.
- Ho gestito i social media e i contratti con la stampa di un'associazione politica.
- Ho partecipato alla costruzione di piattaforme informatiche per la diffusione di lezioni multimediali.
- Rassegna stampa, pubblicità.
- Ho fatto volontariato in una radio libera romana quando ero più giovane e ho imparato a fare la rassegna stampa al mattino presto.
- È il mio attuale lavoro.
- Gestisco i social media e i siti web delle attività commerciali della mia famiglia. Sono coordinatrice dell'area comunicazione dell'organizzazione in cui lavoro.
- Televisione, cinema, teatro.
- Sono editor per un web magazine e curo diverse pagine Facebook.
- Articoli per giornali e riviste economiche specializzate.
- Redazione in alcune trasmissioni sulla di allora Telemontecarlo.
- A livello tecnico.
- Corsi base di Informatica per studenti ed anziani, email e WhatsApp.
- Redattore per blog a tema nuovi media.
- Periodico locale "città comprensorio" articoli e recensioni culturali.
- Ho lavorato su molte riviste cartacee e oggi sulla testata on line NOIDONNE.
- Social media marketing in azienda / Creazione di campagne comunicative social per conto di associazioni studentesche.
- Ho lavorato per uno studio di ingegneria informatica nel ruolo di content creator in diversi ambiti e per diversi argomenti.
- Sono stato per tre anni corrispondente per un quotidiano a tiratura provinciale e ho scritto anche degli articoli per una rivista patinata. Ho anche un blog, ma non lo aggiorno da tanto tempo.

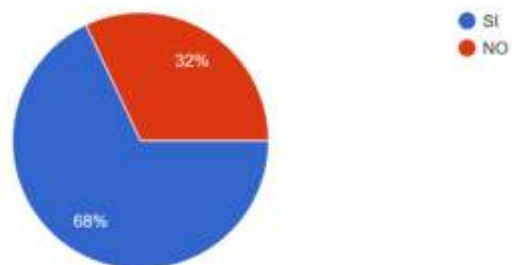
8. Hai mai pensato di avviare un blog, un canale YouTube o un vlog?

103 risposte



9. Sosterresti la pubblicazione di una newsletter della comunità, un canale online, un blog, ecc.?

103 risposte



Se sì, quali argomenti pensi debbano essere trattati dai media locali?

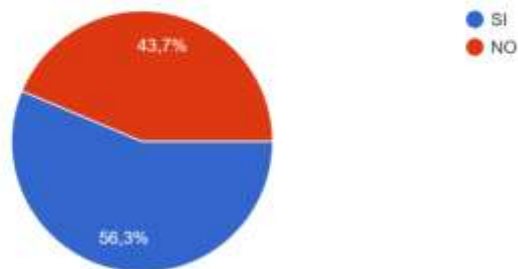
58 risposte

- Culturali, sociali, sviluppo socio economico.
- Politica e servizi sociali.
- Cultura. Salute. Sport. Notizie di pubblica utilità.
- Occupazione, istruzione, sanità, svago.
- La qualità della vita, le testimonianze di persone che hanno trovato un loro percorso di vita autentico ed esemplare, le passioni che animano una comunità, le preoccupazioni che si insinuano nella vita delle persone, le soluzioni collettive a problematiche anche individuali.
- Sviluppo locale.
- Questioni di comunità.
- Sociale, sviluppo locale e partecipazione alle scelte.
- Tutto ciò che ci renda più partecipi nella comunità dove viviamo.
- Cronaca, sport, politica.
- Attualità, politica, cultura.
- Informazioni che riguardano il territorio, ma anche argomenti di più ampio respiro sociale politico culturale.
- Principalmente nel mio settore e cioè il turismo.
- L'informazione locale spesso è un buco nero. Sappiamo quello che accade a distanze molto lontane da noi, ma spesso non conosciamo abbastanza i luoghi in cui viviamo, quello che gli altri comuni fanno, per la promozione del territorio e le potenzialità e attrattive che questo offre. Nelle nostre comunità ci sono ricercatori che stanno dando grossi contributi alla ricerca scientifica e magari vivono nella nostra stessa città.
- Informazioni su servizi, socialità, aggregazione, cultura.
- Attualità e politiche sociali.
- La partecipazione giovanile nei processi decisionali, l'educazione non formale, storia dell'Africa e delle migrazioni.

- Argomenti in merito al trattamento dei rifiuti.
- Argomenti legati alla cittadinanza attiva, ad una dimensione di cittadini, culturali.
- Educazione civica (2 volte).
- Come psicologa, argomenti che hanno a che fare con la mia professione.
- Culturali, sociali legati all'ambiente.
- Questioni locali di ogni tipo.
- Ambiente, eventi locali di tipo culturale.
- Cultura, integrazione, problemi sociali, salute.
- Mobilità sostenibile, problema della privacy e nuove tecnologie.
- Politica, cultura, ambiente.
- Evidenziare ciò che agli occhi di tutti sembra normalità, conflitti familiari, scolastico, debolezza e timidezza dei soggetti in difficoltà che in apparenza stanno bene....ecc. ecc.
- La tutela dell'ambiente, le produzioni culturali ed espressive, l'accoglienza e l'inclusione, la memoria collettiva di quartieri e comunità.
- Gli stessi trattati dai gruppi di quartiere su Facebook, solo in maniera più professionale e coordinata.
- Opportunità per giovani, aiuti per le famiglie e problema ambientale.
- Diritti per tutte e tutti, democrazia, valorizzazione del territorio, scambio di progetti virtuosi, informazioni utili alla comunità, Europa, cittadinanza.
- Cultura, arte, beni culturali.
- Sosterrei canali come Wikipedia o crowdfunding per determinate iniziative.
- Educazione, cultura, economia, eventi.
- Se sostenere significa che la leggerei e ne sarei felice sì, se significasse che dovrei apportare contenuti direi no.
- Attività culturali, associative, cura del territorio.
- Cultura generale, narrazione di comunità, buone pratiche, ecologia.
- Sì, credo che i temi vanno bene tutti, in base a quello che succede.
- Problemi del territorio e loro possibile soluzione
- Territorio, eventi culturali e scoperta di eccellenze.
- In riferimento alla domanda chiusa di sopra, sostenere la pubblicazione è un'attività che dipende essenzialmente da chi decide cosa pubblicare, a prescindere dai contenuti. Ciascun contenuto è importante allo stesso modo, dipende appunto da chi sia trattato e analizzato.
- Cronaca e politica locali sopra ogni cosa, troppo spesso non sappiamo cosa avviene a livello locale, che è quello che ci riguarda più da vicino.
- Dare voce ai cittadini per costruire un paese migliore.
- Tutti quelli reputati importanti dai membri della comunità.
- Informazioni di carattere sociale e conoscitivo.
- Iniziative di partecipazione dei cittadini sociali, culturali, con attenzione particolare alle iniziative delle donne sul territorio.
- Tanti.
- Cultura, eventi, sociale, diritti.
- Forme di attivazione creativa di persone o gruppi.
- Gestione urbana, attività culturali, sportive e sociali.
- Qualcosa di utile per le comunità locali.
- Politica, cronaca, ambiente, life style.
- Politica locale, opportunità lavorative, attività culturali.
- Coesistenza e integrazione delle diverse comunità.
- Assolutamente sì e ritengo che questo corso possa fornire tutte le informazioni necessarie per avviare un progetto culturalmente attivo, permettendoci di essere lettori critici e partecipi di nozioni vere.

10. Saresti interessata/o a partecipare in un team di media locali per produrre contenuti multimediali per la comunità della tua zona?

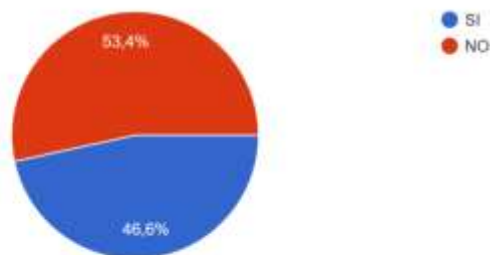
103 risposte



PARTE III - Disponibilità di risorse strumentali, logistiche e umane

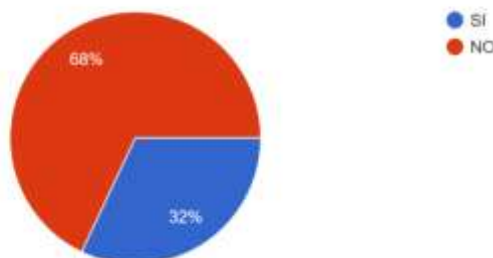
1. Esiste un centro nella tua comunità in cui i residenti locali possono accedere all'infrastruttura IT e a Internet?

103 risposte

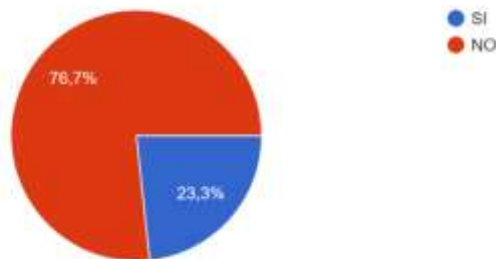


2. Sei in grado di identificare uno spazio disponibile gratuitamente, o a un costo minimo, che un "Media Team" della tua comunità potrebbe utilizzare?

103 risposte



3. Sei in grado di identificare dei gruppi operanti nella tua comunità che potrebbero avere accesso alle apparecchiature multimediali? Per esempio, ma...fotografica, videocamera, microfoni, mixer, ecc.
103 risposte



Se sì, per favore, menzionalì qui sotto.

21 risposte

- Scuole audiovisuali e cine come la Gian Maria Volonté, centri di formazione e teatrali, sale prove e registrazioni, bande musicali e gruppi artistici, associazioni come Visioni Sociali, piccole case di produzione come la Disparte con cui stiamo producendo un cortometraggio sulla condizione migrante dal titolo La ragazza con la valigia.
- Centro ZAG di Priverno (citato 4 volte), aveva uno studio di registrazione.
- M.R.S., Casa della Cultura di Maenza, Comune di Maenza.
- Forse la Coop Nuove Risposte. Bisognerebbe chiederlo.
- Cherubini, Euronics.
- Chiunque.
- La risposta positiva alle precedenti domande dipende dal fatto che già operiamo in parte con tali infrastrutture.
- Giovani.
- Non gruppi, ma singoli individui sì.
- Ci sono diverse associazioni culturali e musicali che dispongono di queste apparecchiature.
- Collegli, amici professionisti in vari ambiti.
- Il Comune dispone di strutture per i giovani.
- Proloco di Priverno ed un altro centro che è in via di formazione.
- Credo che le associazioni presenti sul territorio possano fornire il materiale necessario per avviare questo tipo di progetto, ad esempio la Pro Loco di Priverno che, appunto, opera a favore del luogo.
- Studenti, appassionati.
- Studenti neolaureati ed anziani più aggiornati.
- Fotografe, registe.

4. Di quali risorse e apparecchiature pensi che un team locale abbia bisogno per sviluppare un progetto sui nuovi media della comunità?

103 risposte

Sintetizzando le varie risposte, sono state indicate le seguenti attrezzature: accesso a Internet, computer, stampante con scanner, video-proiettore, registratore con microfono di alta qualità, impianto audio, registratori, mixer, apparecchiature per radio, macchina fotografica, telecamera con cavalletto, smartphone con buona risoluzione, programmi di montaggio video, software adeguati, app podcast per aprire canale radio in streaming, un minimo di tecnica (luci, gimbal etc.), archivi audio-visivi, drone.

Rispetto allo spazio fisico per incontri di confronto, non quotidiani, una sala per accogliere almeno 20 persone, sedie, tavoli, armadietti, uno schermo bianco o una parete libera, una lavagna a fogli mobili.

Tra le risorse sono state citate le competenze tecniche per gestire piattaforme multimediali e di grafica, blogger, sistemisti, commerciali, capacità di lavorare in gruppo e relazionali, di comunicazione ed intrattenimento, ma anche la “buona volontà” ed idee valide, la voglia di lavorare e la necessità di finanziamenti mirati.

Riportiamo per esteso alcune risposte:

“Idee valide. Argomenti che all'inizio devono saper catturare l'attenzione. Incisivi e non retorici.”

“Trovo tutto molto saturo, tutti parlano nessuno ha voce!”

“Non mi interessa un progetto su nuovi media di comunità.”

“Senza dimenticarci di qualcuno che abbia un rapporto integrato e sereno con il proprio territorio e con i propri concittadini.”

“Per iniziare lo renderei molto elementare, perché adesso è tutto più semplice: abbiamo telefoni, macchine fotografiche, computer, ed il passo successivo viene di conseguenza. Per apparecchiature moderne e sofisticate.”

“Credo che basti una buona connessione Internet e un buon pc, ovviamente anche della presenza di un individuo che abbia le capacità per adoperarlo correttamente.”

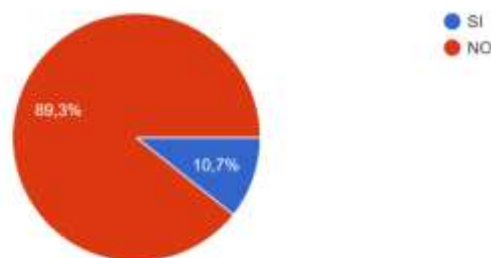
“Una formazione sull'efficacia dei media per la comunità.”

“Volendo basterebbe uno smartphone e l'adeguata professionalità.”

“Credo che più che di nuovi media si abbia bisogno di più luoghi di incontro fisici, di piazze vivibili.”

5. Sei in grado di identificare eventuali sostenitori locali che potrebbero fornire le apparecchiature necessarie al Media Team della comunità?

103 risposte



Se sì, per favore, menzionali a seguire:

12 risposte

- Laboratori scolastici attrezzati, associazioni culturali, strutture teatrali e piccole case di produzione, reti e radio locali.
- Istituzioni, aziende del territorio.
- M.R.S., Casa della Cultura di Maenza, Comune di Maenza.
- LaziInnova.
- Poiché sono un pensionato ottantenne non ho più interesse in alcuni degli argomenti indicati nel vostro questionario.
- Imprese informatiche.
- Centro ZAG.
- Associazione "Semicroma"; Biblioteca Comunale "Anita Zomparelli" (Maenza).
- Il comune di Priverno potrebbe essere da supporto, oltre anche alla Pro Loco, che sono gli enti più radicati nel nostro paese.
- TechUp, EcoStore, avanzi di eventi e fiere (ex Expo).
- La nostra Associazione "Il Veliero Azzurro" di cui sono l'attuale presidente potrebbe fornire in parte le apparecchiature necessarie.
- Diversi gruppi attivi nell'ambito della comunità.

Sintesi e riflessioni

La fotografia offerta da questo audit di comunità ci indica chiaramente quanta attenzione sia posta sulla qualità dell'informazione, particolarmente in questo frangente dove le notizie sulla pandemia offrono un drammatico esempio di come quelle false incidano sulla nostra vita.

Nonostante i ritardi legislativi (2015 e 2017) e dell'attivazione dei principali mezzi d'informazione (vedi Ordine dei giornalisti e dei mezzi d'informazione mainstream), si rileva la necessità di accrescere la consapevolezza sull'uso corretto dei nuovi media e di allenare il pensiero critico tra i fruitori di notizie.

Indubbiamente, sistemi e tecniche di manipolazione sono sempre esistiti, ma coloro che trovano il tempo per approfondire corrono minori rischi. L'esaltazione della velocità, la scarsa accuratezza nella lettura delle fonti originali, la perdita di luoghi di elaborazione e di confronto, ma anche la perdita di credibilità delle fonti autorevoli, rappresentano criticità rilevanti.

Dai risultati del questionario (domande a scelta multipla) rileviamo che la maggioranza dei rispondenti (88,3%) accede a notizie ed ai contenuti multimediali attraverso i social media, rimanendo alte le percentuali di TV (72,8%) e Radio (43,7%), seguite dalle Riviste con un 15,5%. Tra i social network maggiormente utilizzati è indicato Facebook (73,8%), Google News (47,6%), YouTube (25,2%) e Twitter (9,7%), Instagram (7,8%). Anche i giornali online sono una fonte citata con ca. il 7% dei lettori.

Nella comprensione dell'origine del contenuto e dei suoi destinatari il 23,3% indica che è sempre in grado di farlo, con un 65% che ritiene di farlo spesso, e un 11,7% qualche volta. Rispetto agli intenti sottesi nella pubblicazione di notizie, il 34% dei rispondenti dichiara di comprenderli sempre, un 53,4% spesso, e un 12,6% qualche volta. La maggioranza (53,4%) afferma di non essere a conoscenza della pratica di "click bait", e nelle descrizioni successive alcuni ammettono di essere caduti in queste trappole, anche con danni materiali, come l'attivazione inconsapevole di abbonamenti a pagamento, oppure con l'azzeramento dei dati sul proprio computer e la richiesta di un "riscatto" per riottenerli. Generalmente questo tipo di pratica è riscontrata nei social, il più citato è Facebook, ma anche i provider di posta elettronica, come Google, Libero e Outlook.

Solo il 3,8% ammette di non controllare mai l'origine dei contenuti multimediali, mentre il 20,4% lo fa sempre, il 47,6% spesso, e il 28,2% qualche volta. La percentuale di coloro che non controllano mai le credenziali dei giornalisti e blogger sale al 28,2%, mentre solo il 7,8% lo fa sempre, il 24,3% spesso, e il 39,8% qualche volta. Alcuni, infatti, dichiarano di non avere il tempo per questi approfondimenti, e molti lo evitano a priori, affidandosi alla lettura di giornali e giornalisti conosciuti e considerati affidabili. I casi di notizie false riportate riguardano soprattutto gli ultimi eventi correlati al Covid-19, ma anche nei confronti dei migranti e di donne (soprattutto quelle con visibilità politica, come Laura Boldrini, dal 2013 al 2018 presidente della Camera di deputati).

Rispetto alle conoscenze specifiche sui social media, il 92,2% accede via smartphone, il 69,9% possiede il portatile, il 54,4% il computer, ed il 35% il tablet, ed il 98,1% dichiara di avere un accesso quotidiano a Internet. La maggioranza (57,3%) valuta le sue capacità ICT a livello intermedio, il 30,1% avanzate, ed il 12,6% di base. Mentre, sui social media il 25,2% le ritiene avanzate, il 48,5% intermedie e il 26,2% di base. Il 61,2% sarebbe interessato a corsi di formazione per migliorare la propria competenza in fatto di nuovi media, infatti solo il 17,5% indica di aver già svolto una formazione in tal senso. Nel campione, il 25,2% ha avuto in passato esperienze lavorative in questo campo, ed il 35% ha pensato di avviare un proprio blog o canale YouTube. Il 68% si dichiara interessato a sostenere la pubblicazione di una newsletter, un blog o canale online per la propria comunità. Le tematiche indicate spaziano in vari ambiti: politica, sociale, sviluppo economico, qualità della vita, sport, partecipazione alle scelte, educazione, lavoro, gestione urbana e dei rifiuti, ambiente, cultura, memoria collettiva, democrazia, cittadinanza, diritti, Europa. Ma soprattutto notizie locali, per dare valore anche ai talenti presenti nelle comunità e spesso sconosciuti dagli stessi residenti.

Il 56,3% dichiara di essere interessata/o a partecipare in un Gruppo Locale di produttori di notizie per la propria comunità.

Rispetto alla disponibilità di infrastrutture che potrebbe essere utilizzate per la realizzazione di un Centro Media di Comunità, il 46,6% risponde positivamente, ed il 32% è in grado di identificare spazi disponibili, mentre un 23,3% è in grado di identificare referenti che potrebbero avere accesso alle apparecchiature multimediali, ed il 10,7% indica eventuali sostenitori che potrebbe fornire le attrezzature necessarie al Centro Media.

Con riferimento alle risorse necessarie sono tre le tipologie individuate: strumentali, logistiche e umane. Tra le strumentali sono citate: accesso a Internet, computer, stampante con scanner, video-proiettore, registratore con microfono di alta qualità, impianto audio, registratori, mixer, apparecchiature per radio, macchina fotografica, telecamera con cavalletto, smartphone con buona risoluzione, programmi di montaggio video, software adeguati, app podcast per aprire canale radio in streaming, un minimo di tecnica (luci, gimbal etc.), archivi audio-visivi, drone.

Tra le logistiche, lo spazio fisico per incontri di confronto, non quotidiani, una sala per accogliere almeno 20 persone, sedie, tavoli, armadietti, uno schermo bianco o una parete libera, una lavagna a fogli mobili, benché si rilevi la necessità, più che di nuovi media, di più luoghi d'incontro fisico e di piazze vivibili. Mentre per le risorse umane sono evidenziate le competenze professionali per svolgere un lavoro di qualità, ma soprattutto sarebbe necessaria la presenza di persone che abbiano un rapporto integrato e sereno con il proprio territorio e con i propri concittadini, che siano portatori di idee valide, accattivanti e coinvolgenti, e tanta voglia di partecipare.

Fasi successive

Una buona parte dei partecipanti all'audit di comunità fanno riferimento ai territori della provincia di Latina, con i comuni di Priverno e Maenza, dato che ci incoraggia a proseguire il nostro impegno con le persone, le associazioni, e gli enti territoriali che hanno già manifestato il loro interesse a partecipare alla sperimentazione proposta con il progetto Wires-Crossed.

Purtroppo, l'incontro pubblico programmato nel mese di marzo a Maenza è saltato per i noti motivi, ma non disperiamo di poterlo realizzare subito dopo l'estate, consentendoci una lettura condivisa dei risultati di questa indagine, la comune programmazione delle attività pilota per l'attivazione dei Centri Media di Comunità in queste due realtà territoriali. Paesi confinanti e già sensibilizzati alla "partecipazione in percorsi di educazione degli adulti", avviata con il precedente progetto VAL.oR. a Priverno, ma che contava la partecipazione anche di persone residenti nei comuni limitrofi, come Maenza e Sezze.

Inoltre, la presenza ed il contributo del partner associato ATCL ci permetterà un ulteriore ampliamento nel coinvolgimento dei piccoli comuni afferenti all'area del Monti Lepini, canalizzando i contributi di "buone notizie", soprattutto nell'ambito della promozione culturale e della crescita ed espansione del pubblico agli eventi d'arte e di spettacolo dal vivo.

La dichiarazione di una persona anziana, un pensionato ottantenne, che si sente distante da queste tematiche e poco interessata a partecipare, ci impone una riflessione rispetto all'inclusione di quelle persone che potrebbero apportare un loro contributo, non tanto di natura organizzativa o tecnologica, ma di memoria, di storie che appartengono ai propri luoghi, e di persone che abbiano svolto un ruolo sociale importante per le comunità di riferimento. Così come l'inclusione dei "nuovi arrivati", i migranti che sono portatori di culture, storie, vicende umane di luoghi lontani.

Vorrei concludere con un passaggio dell'antropologo Marc Augé⁴: *"La nozione di rete sociale riassume le contraddizioni della situazione attuale. L'uomo è un animale simbolico e ha bisogno di relazioni inscritte nello spazio e nel tempo: ha cioè bisogno di 'luoghi' in cui la sua identità individuale possa costruirsi a contatto e a confronto con gli altri. Il fascino esercitato dai mezzi di comunicazione elettronici ne è la prova, ma il loro ideale di ubiquità e istantaneità è contrario all'apprendimento della relazione tra individui, che ha bisogno invece di tempo e spazio."*

Note dell'autore

Un sunto del presente Rapporto sarà tradotto in inglese affinché si possa pervenire ad una visione d'insieme con i paesi partner del Progetto Wires-Crossed: Cipro, Croazia, Germania, Irlanda, Italia, Polonia e Repubblica Ceca.

Il Rapporto comprensivo delle diverse realtà europee sarà tradotto in italiano per una maggiore diffusione dei risultati e facilitare una migliore comprensione del fenomeno delle fake news a livello europeo.

Grazie a tutte e tutti che hanno voluto dedicare un po' del loro tempo e del loro vissuto a questa ricerca.

⁴ Tratto da: <https://fondazionefeltrinelli.it/il-bisogno-di-luoghi/> (15 febbraio 2018)

Appendice

Contributo di Stefano Irsuti, esperto IT e partecipante al Gruppo Locale (14/04/2020)

Il Report è molto preciso e segue un andamento lineare, quasi sequenziale rispetto alle domande poste.

A mio parere hai fatto bene a riportare singolarmente tutte le risposte senza accorparle. È una parte analitica che permette a chi legge di trarre moltissime considerazioni.

Sia l'introduzione, sia le conclusioni sono ben esposte. Sono molto d'accordo con il commento di Fulvio Campa (*"Si nota che si tratta di un campione piuttosto omogeneo dei partecipanti all'audit, in termini di età, livello di istruzione e posizionamento politico culturale, ma per l'appunto non trattandosi di un sondaggio d'opinione universale mi sembra molto ben fatto e racconta bene un "sentiment" molto diffuso in quella determinata comunità."*)

Mi soffermo solo su due dati che ai miei occhi di informatico, purtroppo di vecchia data, sono eclatanti e meritano almeno qualche considerazione:

1) Le risposte alla "Domanda 1: Come accedi a notizie e contenuti multimediali " sono di difficile interpretazione:

Escludendo Social Media le altre opzioni maggiormente scelte: TV, Radio, Giornali locali, Riviste sono tutti dispositivi o supporti analogici. Considerando che quasi il 100% dichiara di avere un accesso quotidiano a Internet, risulta strano che non accedano agli stessi contenuti attraverso quotidiani online, siti di informazione, Radio o TV in streaming (Raiplay, Skygo, La7, ecc.).

Inoltre (risposta 2) pochissimi affermano di accedere a giornali online, siti di informazioni, agenzie di stampa, attraverso i social forum. Cosa pensare? Stanno davanti alla TV, vanno dal giornalaio, ascoltano i giornali radio?

A giudicare dalle vendite dei quotidiani e riviste, dati auditel e Monitor radio non si direbbe. Meriterebbe una ulteriore indagine.

2) Parte II, Le risposte alla "Domanda 2: Al momento hai accesso a" sono esattamente in linea con quanto sta succedendo in Italia e la cosa è molto preoccupante: Tutti usano principalmente gli smartphone.

A parte la futura miopia di coloro, che fin da piccoli, sono costretti a leggere su uno schermo e pure piccolo, questi dispositivi non hanno, o meglio non è così facile attivarle, tutte le protezioni contro le minacce (virus, trojan sms, malware, cookies per tracciatura di sessioni di navigazione, moduli pubblicitari).

Se poi a questo si unisce l'utilizzo di Facebook e Google (73,8% e 47,6% risposta 2), piattaforme che fanno incetta dei dati personali e di tracciati di navigazione, si può ben capire a quale bombardamento di notizie sono soggetti gli utilizzatori di tali dispositivi. Spesso sono proprio quelle fake esagerate che nascondono un prodotto da vendere.

Wires - Crossed



JUGEND- &
KULTURPROJEKT E.V.



CARDET

CENTRE FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH
& DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY



ACUMEN
TRAINING



Speha Fresia
SOCIETÀ COOPERATIVA



USTANOVA ZA | ADULT
OBRAZOVANJE | EDUCATION
ODRASLIH | INSTITUTION



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."
2019-1-DE02-KA204-006115