

## Episodio 2

### 1. "Comprendere come funziona il mondo dei media (fonti e tipi di media, piattaforme ecc.)"

Musica di apertura

**CONDUTTORE:** Benvenuti a "Media Literacy 101," la serie radiofonica che mira a educare e potenziare gli ascoltatori per navigare nel panorama mediatico in modo critico e informato.

**CONDUTTORE:** Nell'episodio di oggi esploreremo i diversi tipi di media che incontriamo nella nostra vita quotidiana e il loro ruolo nella società.

Citazione audio 1: Tipi di media

**CONDUTTORE:** Esistono molti tipi diversi di media che incontriamo quotidianamente, inclusi media stampati, radiotelevisivi e online. I media stampati includono giornali, riviste, opuscoli, volantini, cartelloni pubblicitari, manifesti e libri. I media radiotelevisivi includono televisione e radio. I media online includono siti web, social media e blog. I social media includono piattaforme interattive come Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, LinkedIn, TikTok, Tumblr, Reddit, YouTube, Pinterest, Flickr, Snapchat, Facebook Messenger, WeChat, BeReal e Hootsuite.

Citazione audio 2: Dove si trovano gli adulti più anziani nel mondo online?

**CONDUTTORE:** Contrariamente all'opinione generale, tutti i siti sopra menzionati sono frequentati da ogni gruppo di età, compresi gli adulti più anziani, ma alcuni sono più popolari di altri. Secondo il Pew Research Centre, che studia l'uso dei social media da oltre 10 anni, i gruppi più anziani sono presenti su diverse piattaforme, ma il 62% degli utenti sopra i 65 anni, e il 72% degli adulti tra i 50 e i 64 anni utilizza Facebook. E' interessante il fatto che molte di queste persone non condividono post personali, ma preferiscono condividere media come articoli, foto e video da altre fonti. Sono anche più inclini a condividere rispetto alle fasce più giovani. Altre piattaforme popolari tra gli adulti più anziani sono WhatsApp, LinkedIn, YouTube e Pinterest.

Citazione audio 3: Ruolo dei media nella società

**CONDUTTORE:** Il ruolo dei media nella società è complesso. Da una parte, i media sono fonte di informazione, intrattenimento ed educazione. Dall'altra parte, i media sono una forza potente in grado di plasmare l'opinione pubblica e influenzare le decisioni politiche. I media possono agire come un controllore, rendendo responsabili coloro che detengono il potere e dando voce agli emarginati. Ma possono altrettanto facilmente essere utilizzati come strumento di manipolazione e disinformazione, diffondendo informazioni errate e promuovendo certi interessi rispetto ad altri. Il tasso e l'entità della diffusione di informazioni inesatte negli ultimi anni ci fanno vivere attualmente un'infodemia. Il pettegolezzo e le dicerie stanno rapidamente sopraffacendo le informazioni fattuali provenienti da fonti affidabili, portando a diffidenza e confusione.

I social media sono interattivi, e ci collegano con individui e reti a livello globale. I giorni in cui si passavano informazioni sopra il "muro del giardino" sono da tempo passati.

Ora possiamo interagire con 'amici' online in tutti gli angoli del mondo senza alzarci dalla sedia. Benchè i vantaggi dell'interazione online sono molteplici, questa presenta anche minacce attraverso inganni, truffe, bullismo e manipolazioni degli utenti online.

Citazione audio 4: Spiegazione dei termini dei media

**CONDUTTORE:** Ho appena menzionato le parole "truffe" e "inganni", parole molto familiari a chi è esperto di tecnologia e internet, ma molti di noi non hanno chiare queste definizioni, e non sanno come identificarle. Permettetemi di darvi una breve spiegazione di alcuni dei vocaboli online che potreste sentire nei prossimi episodi.

*Inganno* – Un inganno è una storia o una email che è stata deliberatamente falsificata per ingannare il pubblico. Una storia o una email può essere sensazionale, emotiva e avere un senso di urgenza, spesso avvisando di un virus informatico e chiedendovi di condividere l'informazione con tutti i vostri amici/follower o chiedendovi denaro o dettagli del conto bancario.

*Phishing* – Si intende l'utilizzo di truffe per ottenere informazioni come numeri di conto bancario, password e altri dettagli personali che possono essere utilizzati per rubare soldi o identità.

*Truffa* – Questa può essere una email o un messaggio che vi indirizza a cliccare su un link che infetterà il vostro dispositivo o che vi chiede di compilare quiz o sondaggi per raccogliere informazioni su di voi, per frodarvi l'identità o fingere di essere una celebrità o persino qualcuno che conoscete per ottenere denaro da voi. Include anche annunci falsi o notizie per farvi donare denaro. Molti sono stati ingannati dalle truffe di incontri online, dove qualcuno guadagna la vostra fiducia e poi vi costringe a inviargli denaro o investire in aziende fittizie.

*Bot* – I bot o robot sono programmi automatizzati sviluppati per eseguire molti dei compiti monotoni che gli esseri umani facevano in passato. Li troverete in molte interazioni che avete su siti di shopping e prenotazione. Possono essere buoni o cattivi. Forniremo ulteriori informazioni nei futuri episodi.

*Algoritmi* – Un algoritmo, in breve, è un insieme di istruzioni per eseguire un compito, ad esempio una ricetta per una torta. Gli algoritmi nell'informatica sono istruzioni che trasformano i dati in informazioni che possono essere utilizzate dalle persone, dalle macchine o per informare altri algoritmi. Ci sono diversi tipi di algoritmi, ma un esempio comunemente usato è il motore di ricerca. Se cerchi su Google, il suo algoritmo, PageRank, deciderà rapidamente ed efficientemente quali risultati mostrare e in quale ordine, basandosi su centinaia di fattori. Gli algoritmi ti invieranno suggerimenti e annunci su piattaforme di social media in base alla tua attività online precedente.

*Hacker* – Un hacker è qualcuno con le competenze per accedere a reti o sistemi informatici. Questo avviene spesso in modo non autorizzato e viene fatto allo scopo di rubare dati, cambiare o cancellare informazioni.

*Troll* – Queste sono persone che frequentano chat, sezioni di commenti e forum pubblici online, allo scopo di causare disturbi, diffondere odio, falsità e panico. Prendono di mira non solo individui, ma anche organizzazioni, aziende e comunità.

## Citazione audio 5: Prospettive e pregiudizi nei media

**CONDUTTORE:** Mentre utilizziamo diversi tipi di media, è importante essere consapevoli delle diverse prospettive e pregiudizi che possono essere presenti. I media sono creati dalle persone e le persone hanno esperienze e credenze diverse, che possono influenzare la loro narrazione. Riconoscere queste prospettive e pregiudizi può aiutarci a comprendere meglio le informazioni che stiamo usando. Con i media tradizionali come media stampati e televisione, è spesso facile individuare l'ideologia dell'ente mediatico, ad esempio Fox News e CNN.

I media online sono più complessi e stanno costantemente sviluppandosi e cambiando. Ogni interazione che facciamo online fornisce informazioni, che può creare un profilo di noi e, cosa più preoccupante, plasmare chi siamo.

Ciò che vediamo online è dettato da complessi algoritmi che ci profilano e classificano in base ai nostri mi piace e alle nostre ricerche. La pubblicità è quindi mirata e personalizzata per dare maggiori entrate all'azienda di social media. Questo significa anche che stiamo visualizzando informazioni affini a noi e che ci connettiamo con persone che hanno opinioni simili, confermando così le nostre convinzioni, che possono essere basate su fatti o informazioni false.

## Citazione audio 6: Conclusione

**CONDUTTORE:** Il nostro prossimo episodio esaminerà le definizioni di fake news, disinformazione e come e perché vengono diffusi.

**CONDUTTORE:** Assicuratevi di sintonizzarti la prossima settimana per il terzo episodio di "Media Literacy 101". E non dimenticare di visitare il nostro sito web per ulteriori informazioni e risorse sulla media literacy.

Musica di chiusura

**CONDUTTORE:** Grazie per esservi sintonizzati su "Media Literacy 101". Fino alla prossima volta, rimanete informati, rimanete curiosi e rimanete media literate.

Musica di chiusura