

Modello di scheda di formazione

Titolo	Valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali
Parole chiave	Credibilità, pertinenza, accuratezza, completezza, pensiero critico
Lingua	INGLESE
Area di competenza	<p>1. Alfabetizzazione di informazioni e dati <u>Competenze</u></p> <p><input type="checkbox"/> Alfabetizzazione mediatica</p> <p><input type="checkbox"/> Navigazione, ricerca e filtraggio di informazioni e contenuti digitali</p> <p>2. Comunicazione e collaborazione <u>Competenze</u></p> <p><input type="checkbox"/> Coinvolgere la cittadinanza attraverso le tecnologie digitali</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Interagire con le tecnologie digitali per l'intrattenimento e la cultura</p> <p>3. Creazione di contenuti digitali <u>Competenze</u></p> <p><input type="checkbox"/> Sviluppare contenuti digitali</p> <p>4. Sicurezza <u>Competenze</u></p> <p><input type="checkbox"/> Proteggere l'ambiente</p> <p><input type="checkbox"/> Prevenire e riconoscere le notizie false</p> <p><input type="checkbox"/> Proteggere la salute e il benessere</p> <p>5. Problem Solving <u>Competenze</u></p> <p><input type="checkbox"/> Utilizzo creativo delle tecnologie digitali</p>
Obiettivi e traguardi	<p>Alla fine di questo modulo sarai in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Familiarizzare con i metodi pratici per la valutazione dei dati e dei contenuti digitali ...e know-how per la loro attuazione ● Ottenere l'essenziale per valutare dati, informazioni e contenuti digitali ...e acquisire i fondamenti di questa competenza

<p>Risultati di apprendimento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Valutare e contrastare l'affidabilità e l'affidabilità della fonte di contenuti digitali, dati e informazioni in modo critico. ● In modo critico, esaminare, interpretare e valutare il contenuto digitale, le informazioni e i dati.
<p>Contenuti disposti su 3 livelli</p>	<p>Valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali</p> <p>1. Valutazione di dati, informazioni e contenuti digitali in DigComp</p> <p>1.1. Conoscenze, abilità e attitudini</p> <p>CONOSCENZE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Consapevolezza delle "fallacies" dell'ambiente digitale: comprendere la differenza o le differenze esistenti tra disinformazione (informazioni sbagliate) oppure informazioni "di parte" errate/biased diffuse con intenzioni maligne 2. Conoscenza delle fonti più tipiche da cui provengono i pregiudizi (cioè gli autori del riferimento, e i loro intenti, l'origine dei dati e delle fonti citate dalle fonti, l'incorporazione di messaggi politici e commerciali, ecc.) 3. Consapevolezza dei grandi rischi associati ai contenuti digitali generati dall'intelligenza artificiale <p>ABILITA'</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saper filtrare e distinguere tra contenuto "genuino" e "di parte" 2. Saper filtrare e distinguere tra contenuti sponsorizzati e no 3. Saper riconoscere fonti e riferimenti legittimi e valutare criticamente l'oggettività del contenuto di un articolo 4. Sapere come verificare la credibilità di una fonte (ad esempio, blog vs prove scientifiche e peer-reviewed) 5. Saper riconoscere i contenuti influenzati dall'intelligenza artificiale in ambienti digitali <p>ATTITUDINI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Capacità di eseguire analisi di pensiero creativo e critico sulla credibilità, la legittimità e l'obiettività di una fonte/riferimento (vale a dire, fact-check) 2. Comprendere l'esito/l'impatto di qualsiasi possibile comportamento online e cosa ciò possa portare

2. Gli elementi essenziali per la valutazione dei dati e dei contenuti digitali:

- Essere in grado di trovare le informazioni giuste non è solo una questione di trovare il titolo o i titoli giusti, ma riguarda specificamente **la capacità degli utenti di selezionare quelli giusti.**
- Il World Wide Web è accessibile a chiunque abbia una connessione internet. Le **regole d'oro** per trovare contenuti di buona qualità si basano su un processo che segue questi passaggi di base:
- **Navigazione, Mappatura e Valutazione**

2.1 Le regole d'oro per valutare i contenuti di qualità:

1. Esaminare le informazioni, i dati e gli input generali forniti da ciascuna risorsa. Questa analisi dovrebbe essere **critica** e **creativa**, il che significa che si dovrebbe considerare se il contenuto corrisponde al titolo e fornisce effettivamente gli elementi a cui si è interessati
2. Essere sempre **genuinamente scettico** nel primo approccio alla risorsa data — questo aiuta a mantenere una prospettiva imparziale e in terza persona sulle cose
3. Controllare gli ingressi che segnalano l'accuratezza, la pertinenza e l'affidabilità di ciò che si sta osservando: autore, data di pubblicazione, contenuto a pagamento/non pagato, fonte, link esterni di riferimento per il doppio controllo

1.2 Fasi metodologiche e logiche per la valutazione dei contenuti digitali:

C'è un ampio campione di approcci standardizzati su cui puoi fare affidamento per raddoppiare ed effettuare **fast-check** di ciò che si sta osservando.

La loro applicazione è molto intuitiva e richiede un esercizio di elaborazione del pensiero che si può applicare in tutti i domini.

L'applicazione in tempo reale di questi esercizi che saranno di aiuto per:

1. Filtrare contenuti che potrebbero essere di interesse o meno

2. Infine, identificare le informazioni precise di cui hai bisogno

1.3 Quattro diverse metodologie proposte per la valutazione dei contenuti digitali:

- I. Le 5 W
- II. S.I.F.T
- III. CRAAP
- IV. RAD CAB

2. La metodologia delle 5 W

Per ogni risorsa, articolo, contenuto dei quali potresti risultare interessato, cerca di identificare e individuare:

- **Chi** ha generato questo contenuto
- **Cosa**, la fonte di riferimento
- Da **Dove** è venuto fuori
- **Perchè**, sembra rilevante
- **Quando** è stato pubblicato

3.1 La prima 'W': Chi

Il **Chi** si riferisce alla persona che sta dietro lo sviluppo e la pubblicazione dei contenuti online. Esaminando il 'Chi', l'obiettivo è quello di assicurarsi che:

1. Il suo movente è genuino e il contenuto è libero da pregiudizi politici, culturali e di altro tipo che potrebbero influenzare l'oggettività del contenuto.
2. Le sue conoscenze sull'argomento
3. La sua competenza in materia e l'affidabilità delle informazioni fornite

3.2 La seconda 'W': Cosa

Il **Cosa** si riferisce alla piattaforma da cui è disponibile questo contenuto.

Come regola generale:

1. Le informazioni provenienti da ben note webzines sono più affidabili rispetto ai blog personali
2. È più difficile verificare le informazioni provenienti dai social media, rispetto ai media consolidati.

3. Fonti diverse potrebbero fornire opinioni e idee diverse a partire dallo stesso argomento e argomento — a seconda, ad esempio, della visione culturale su determinate cose.

1.3 La terza 'W': Dove

Il **Dove** si riferisce alle informazioni, prove, dati, approfondimenti, ecc. che hanno contribuito a modellare il contenuto e formulare l'opinione dell'autore.

Più risorse sono disponibili, meglio è.

Questo vi permetterà di verificare più facilmente e convenientemente l'autenticità delle fonti e l'affidabilità delle opinioni/informazioni fornite.

1.4 La quarta 'W': Perché

Il **Perché** si riferisce alle motivazioni che ti portano a pensare di aver finalmente trovato contenuti di interesse, pertinenza e affidabilità.

Un modo semplice per valutare il 'Perché' dei contenuti digitali è guardare quanto questo contenuto soddisfa i punti precedenti:

1. L'autore è competente in materia?
2. La piattaforma/fonte di pubblicazione è nota e di buona reputazione?
3. Il riferimento è chiaro e ben identificabile?

1.5 La quinta 'W': Quando

Infine, il **Quando** si riferisce alla data di pubblicazione del contenuto:

1. "Più recente è, meglio è" è una regola generale che potrebbe applicarsi ad esempio a notizie ed eventi
2. Assicurarsi di controllare se ci sono aggiornamenti/revisioni dello stesso contenuto — o se è stato modificato in un secondo momento

2. Approccio SIFT

I.1 Metodo SIFT: Fermarsi □ Investigare □ Trovare □ Tracciare

Questo approccio semplice implica un'analisi ponderata del contenuto attraverso un approccio multistadio

I.2 Fermarsi

FERMARSÌ, significa provare ad analizzare e avere una prima impressione su ciò che si sta guardando.

- È questo quello a cui si interessati in primo luogo?
- Il titolo corrisponde all'argomento/tema a cui si è interessati?
- L'oggetto/oggetto di questo contenuto è abbastanza chiaro?

I.3 Investigare:

INVESTIGARE, significa comprendere lo sfondo generale della risorsa disponibile e le persone che lavorano dietro di essa.

- Questo riferimento è abbastanza approfondito su ciò a cui si è interessati?
- Ci sono abbastanza elementi per verificare il suo background?
- Cosa dice la recensione degli utenti su questo contenuto?

I.4 Trovare

TROVARE una migliore copertura, significa avere l'opportunità di avere più alternative disponibili di contenuti e risorse.

- Questo riferimento è davvero la migliore alternativa disponibile?
- C'è qualche altra fonte più adatta ai propri interessi?
- Si sono consultate tutte le possibili alternative?

I.5 Tracciare

TRACCIARE rivendicazioni e citazioni, significa essere nella posizione di tracciare con relativa facilità le informazioni di base consultate dall'autore o dagli autori del contenuto da te selezionato.

- **Ci sono sufficienti informazioni di base a sostegno di queste affermazioni e l'affidabilità del contenuto?**
- **Le affermazioni, le citazioni e i riferimenti di fondo sono abbastanza convincenti?**
- **(più in generale) Da dove proviene questo contenuto? (cioè, opinioni, fatti, notizie)**

3. Test CRAAP

Un approccio leggermente avanzato rispetto ai due precedenti, il test CRAAP prevede una serie di domande guida su cui gli utenti possono fare affidamento per valutare le informazioni disponibili.

- **Currency - Valuta**
- **Relevance – Rilevanza**
- **Authority - Autorità**
- **Accuracy - Precisione**
- **Purpose- Scopo del progetto**

1.1 Currency-Valuta

VALUTA, tempestività del contenuto

1. Ci sono stati aggiornamenti in merito?
2. Ci sono stati aggiornamenti in merito?
3. Ecc ...

La valuta conta quando le informazioni, i contenuti e le risorse che si stanno cercando sono sensibili al tempo e influenzano notevolmente quanto possano essere utili

1.2 Relevance-Rilevanza

RELEVANZA, coerenza e coerenza dei contenuti

1. Corrisponde ai criteri di filtro?
2. Corrisponde ai criteri di filtro?
3. Ecc ...

La rilevanza è importante perché assicura l'abbinamento del contenuto ai parametri di ciò che viene esplorato e navigato sul web.

1.3 Authority-Autorità

AUTORITA', fonte del contenuti

1. Da dove viene questo contenuto?
2. La fonte è abbastanza qualificata in materia?
3. Ecc ...

L'autorità conta perché fornisce legittimità alla fonte e maggiori possibilità di trovare contenuti utili adeguati alle proprie esigenze

1.4 Accuracy-Precisione

PRECISIONE, affidabilità dei contenuti

1. Qual è la natura delle risorse disponibili all'interno di questo contenuto?
2. È possibile verificare le stesse informazioni da altre fonti?
3. Ecc ...

L'accuratezza è importante perché assicura l'affidabilità di ciò che si ha a disposizione e per la verifica dei fatti del contenuto

1.5 Purpose-Scopo del progetto

SCOPO DEL PROGETTO, motivazione del contenuto

1. Perché questo contenuto è disponibile?
2. A che serve serve?
3. Ecc ...

Lo scopo è importante perché consente di filtrare i molti tipi di contenuti disponibili sul World Wide Web (cioè ciò che è per scopi commerciali, e ciò che non lo è; ciò che segue un'agenda e ciò che è per puro divertimento)

2. Metodo RADCAB

2.1 RADCAB: Il veicolo per la valutazione delle informazioni

Il test [RADCAB](#) deriva da una metodologia che normalmente

le ricerche utilizzano per testare e valutare quanto sia "buona" un'informazione per il loro scopo.

Applicando i suoi elementi essenziali, il test RADCAB può diventare molto utile ogni volta che è tempo di analizzare, confrontare, interpretare e valutare criticamente la credibilità e l'affidabilità della fonte di dati, informazioni e contenuti digitali.

2.2 R=Relevancy-Pertinenza

Nel processo di valutazione la **PERTINENZA** è assicurata quando:

1. L'intero processo è snellito dagli esuberanti e da altre perturbazioni che non apportano alcun valore aggiunto.
2. Tutte le domande di focalizzazione e i riferimenti chiave (cioè parole chiave) sono facilmente identificabili e ti aiutano a atterrare immediatamente su ciò di cui hai bisogno
3. L'analisi del contenuto dato va senza intoppi

2.3 A=Appropriateness-Appropriatezza

Nel processo di valutazione l'**APPROPRIATEZZA** è assicurata quando:

1. È facile filtrare e isolare informazioni irrilevanti
2. Non c'è, o pochissimo margine, per un'interpretazione errata e un uso improprio delle informazioni, delle risorse e dei contenuti disponibili.
3. Si ha la sensazione che questo sia ciò che si stava cercando davvero...

2.4 D=Details-Dettaglio

Nel processo di valutazione il **DETTAGLIO** è assicurato quando:

1. C'è la quantità esatta di informazioni che è necessario estrapolare dal contenuto
2. Le informazioni sono facili da navigare
3. Le informazioni sono facili da processare (quantità e qualità)

2.5 C=Currency-Valuta

Nel processo di valutazione la **VALUTA** è assicurata quando:

1. Si riesce a trovare le informazioni di cui si ha bisogno nel lasso di tempo a cui si è molto interessati
2. Si ha a disposizione la versione del documento, della risorsa, del contenuto, ecc.

2.6 Competenza 1.2 per la cultura digitale

Nel processo di valutazione l'**AUTORITA'** è assicurata quando:

1. Ci si può fidare dell'autore o degli autori del contenuto che si sta esaminando e lui/lei è qualificato per parlare sull'argomento
2. Dichiarazioni, prove chiave, dati e input forniti dal contenuto sono facili per effettuare fast-check

Il processo di valutazione il **BIAS-free** è assicurato quando:

1. La motivazione alla base della pubblicazione e della disponibilità pubblica dei contenuti è genuina e disinteressata da qualsiasi agenda politica, sociale, culturale, ecc.
2. Il contenuto è di parte — cioè è incline a certe opinioni, considerazioni e discussioni — ma è esplicito su di esso, c'è una ragione chiara e ben definita, elementi "di parte" sono divulgati e facili da identificare (e filtrare e isolare nel caso necessario).

Riassumendo

Metodo RADCAB per la valutazione dei contenuti digitali

1. Pertinenza
2. Appropriatelyzza
3. Dettaglio
4. Valuta
5. Autorità
6. Bias

Le 5 W per la valutazione dei contenuti digitali

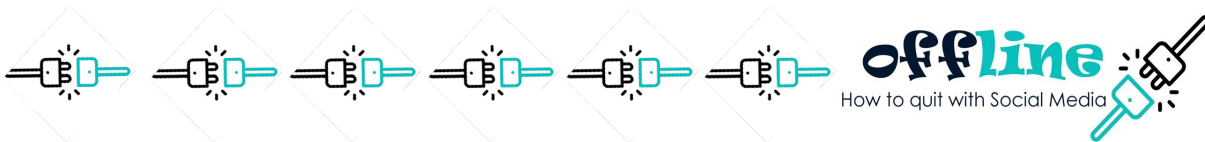
- **Chi** ha generato questo contenuto
- **Cosa**, la fonte di riferimento
- Da **Dove** è venuto fuori
- **Perchè**, sembra rilevante
- **Quando** è stato pubblicato

Metodo SIFT per la valutazione dei contenuti digitali

1. Fermarsi
2. Investigare
3. Trovare

	<p>4. Tracciare</p> <p>Test CRAAP</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. VALUTA 2. RILEVANZA 3. AUTORITA' 4. PRECISIONE 5. SCOPO DEL PROGETTO
<p>Glossario</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Disinformazione: Informazioni errate che vengono diffuse senza intenti maligni. ● Informazioni "biased": Informazioni errate o di parte che vengono diffuse con intento maligno. ● Contenuti di intelligenza artificiale: contenuti generati: Contenuti digitali prodotti da algoritmi di intelligenza artificiale. ● S.I.F.T: Una metodologia per la valutazione dei contenuti digitali che sta per Stop, Investigate, Trova fonti attendibili e Trace affermazioni, citazioni e media indietro al contesto originale. ● RAD CAB: Una metodologia per la valutazione dei contenuti digitali che sta per Rilevanza, Appropriatezza, Dettaglio, Valuta, Autorità e Bias.
<p>Consigli pratici</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Essere consapevoli dei diversi tipi di informazioni errate, tra cui la disinformazione (informazioni errate) e informazioni "di parte" (informazioni errate/verniciate diffuse con intenzioni maligne) 2. Imparare a distinguere tra contenuti genuini e parziali filtrando e valutando criticamente le fonti e i riferimenti, e identificando potenziali fonti di pregiudizio, tra cui gli autori, le origini dei dati e delle fonti citate dalle fonti e l'integrazione di messaggi politici e commerciali. 3. Utilizzare metodologie standard come le 5W, SIFT, CRAAP o RAD CAB per valutare l'accuratezza, la pertinenza e l'affidabilità dei contenuti digitali e verificare la presenza di input che segnalano queste qualità, tra cui autore, data di pubblicazione, fonte, link esterni di riferimento per il doppio controllo e contenuti a pagamento/non pagati. 4. Applicare il pensiero critico e creativo per analizzare la credibilità, la legittimità e l'obiettività dei contenuti digitali ed eseguire il fact-checking quando necessario. 5. Considerare il potenziale impatto del comportamento online e l'esito di qualsiasi possibile comportamento e mantenere una prospettiva imparziale e in terza persona. Utilizzare un processo che segue i passaggi di base di navigazione, mappatura e valutazione per trovare contenuti di buona qualità sul World Wide Web.

<p>Autovalutazione (domande e risposte a scelta multipla)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qual è la differenza tra disinformazione e informazioni sbagliate? <ol style="list-style-type: none"> a) La informazione di "parte" è un'informazione vera, mentre la disinformazione è falsa. b) La informazione "di parte" è un'informazione falsa, mentre la disinformazione è un'informazione falsa che viene diffusa intenzionalmente allo scopo di ingannare le persone. c) La informazione "di parte" è un'informazione falsa che viene diffusa intenzionalmente allo scopo di ingannare le persone, mentre la disinformazione è un'informazione vera. d) Sono la stessa cosa 2. Quale dei seguenti non è una tipica fonte "di parte"? <ol style="list-style-type: none"> a) L'origine dei dati b) Gli autori del riferimento e i loro intenti c) Il colore del sito web d) L'incorporazione di messaggi politici e commerciali 3. Qual è il primo passo nella valutazione dei contenuti digitali? <ol style="list-style-type: none"> a) Mappatura b) Valutazione c) Navigazione d) Fact-checking 4. A cosa serve il metodo CRAAP? <ol style="list-style-type: none"> a) Valutare l'affidabilità di una fonte b) Identificare l'oggetto di un testo c) Analisi della struttura di un argomento d) Tutto quanto sopra 5. A cosa si riferisce il "chi" nella metodologia delle 5W? <ol style="list-style-type: none"> a) Data di pubblicazione b) La persona o l'organizzazione dietro lo sviluppo e la pubblicazione dei contenuti online c) I riferimenti citati nel contenuto d) La piattaforma da cui è disponibile il contenuto
<p>Risorse (video, link di riferimento)</p>	<p>/</p>



www.offlineproject.eu

Materiale correlato	/
PPT correlati	20230414 OFFLINE - Evaluating data & information (IHF)
Bibliografia	/
Fornito da	IHF



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects 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."