ALUMNI
SCUOLA GALILEIANA

L'Associazione Alumni della Scuola Galileiana

Fondata nel giugno del 2010, l'Associazione Alumni riunisce gli **allievi laureati** della Scuola Galileiana di Studi Superiori dell'Università di Padova.

L'Associazione opera in collaborazione con la Scuola Galileiana e l'Università di Padova, è **autonoma** e **senza fini di lucro**, ed i suoi finanziamenti provengono dai contributi dei soci, dall'attività di fundraising e dalla partecipazione a bandi istituzionali.

Le finalità dell'Associazione sono varie

…verso i Soci

Custodire e valorizzare le relazioni nate tra gli Alumni, mantenendo viva una rete di contatti umani e professionali

…verso gli Studenti

Creare un ponte tra gli **Allievi** e il mondo accademico e del lavoro, fornendo supporto e consiglio dopo l'Università

…verso l'Università

Accrescere e diffondere la fama della **Scuola Galileiana e dell'Ateneo di Padova** in Italia e all'estero

…verso il Territorio

Creare legami e promuovere il **territorio e la comunità**, tramite collaborazioni con il mondo della società civile, del lavoro e delle professioni

Un progetto articolato, sostenuto da Rotary

Per gli studenti

«Fare ricerca mai così facile»

Fare Ricerca mai così facile

Per i docenti

«Chi cerca si rinnova (e si ritrova)! Fare ricerca ai tempi della Rete»

ROTARY INTERNATIONAL

I.I.S. L.B. ALBERTI

I concetti che ci guidano

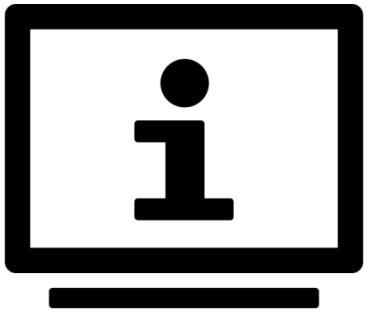
- **Fare ricerca**: riconoscere la centralità dell'azione di ricercare informazioni per un apprendimento autonomo e permanente, anche in un contesto multimediale.

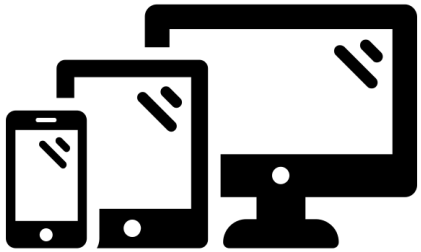
- **Rinnovarsi** per **ritrovarsi**: riscoprire il proprio ruolo educativo in un contesto mutato da due fattori: ampliamento dell'accesso all'informazione e aumento quantitativo dell'informazione disponibile.

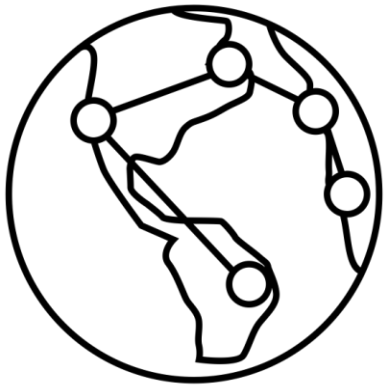
L'articolazione dell'incontro con i docenti

- Breve riepilogo dei contenuti e dei metodi adottati nel progetto «Fare ricerca, mai così facile»
- Come proporre «Fare ricerca» nella **didattica curricolare**?
- Focus sulla **ricerca online**
- Focus su **fake news e disinformazione**

«Fare ricerca» parte da un paradosso







Fare ricerca non è mai stato così facile?

Information overload → Information literacy

Information literacy

- L'**information literacy** è la competenza nel gestire informazioni.
- A interrogarsi su questo tema sono stati principalmente, sin dal 1979, i **bibliotecari** di grandi biblioteche americane.

*"Information literacy is the ability to know when there is a need of information, to be able identify, locate, evaluate and effectively use that information for the issue or problem at hand."**

**What is the NFIL? National Forum on Information Literacy, retrieved October 25, 2012*

L'information literacy richiede competenze specifiche

- Capacità di **analisi e interpretazione** di un testo o di un'immagine.
- Capacità di **valutare l'attendibilità** di un testo o di un'immagine.
- Capacità nel valutare eventuali **sovrascopi** presenti all'interno di un testo
- Capacità di identificare e **delimitare l'oggetto** della propria ricerca

… che non sono competenze tecniche!

«Fare ricerca» può valersi di tre incontri in classe

1

PRIMO INCONTRO

- Lezione interattiva su contenuti teorici e metacognitivi
- Esercizi a gruppi e individuali di consolidamento

2

SECONDO INCONTRO

- Lezione laboratoriale sulla ricerca online
- Avvio delle ricerche a gruppi
- Focus sull'esposizione

3

TERZO INCONTRO

- Restituzione orale da parte degli studenti delle ricerche svolte
- Valutazione e autovalutazione dei lavori

I collaboratori che curano i percorsi

I temi

1

IL CONCETTO DI RICERCA

2

TIPI DI FONTI

- Distinzione in base al supporto
- Distinzione in base al grado di rielaborazione

3

VALUTAZIONE DELLE FONTI

4

RICERCA DELLE FONTI

- Cartacee
- Web

5

COMUNICARE UNA RICERCA

- Mappa concettuale
- Power point

E le possibili espansioni

1

IL CONCETTO DI RICERCA
- La scelta del tema
- Differenza tra ricerca scientifica e umanistica

2

TIPI DI FONTI
- Grado di accessibilità di una fonte
- Fonti diverse in base all'argomento

3

VALUTAZIONE DELLE FONTI
- Fake news
- Circolo ermeneutico

4

RICERCA DELLE FONTI
- Catalogo OPAC
- Bibliografia / sitografia
- Wikipedia
- Deep web/ dark web
- Ricerca per immagini

5

COMUNICARE UNA RICERCA
- L'esposizione orale
- Differenza tra articolo scientifico e divulgativo

Come fare «Fare ricerca» nella didattica?

La ricerca online: spunti apocalittici

"Il cervello durante la ricerca in Rete non attiva le aree della memoria e del linguaggio."

*"La capacità di apprendimento e di interpretazione risulta minata e a lungo andare l'apprendimento in Rete diminuisce le nostre capacità mnemoniche."**

*N. G. CARR, *Internet ci rende stupidi?,* Cortina Ed. , Milano 2011

La ricerca online: spunti apocalittici

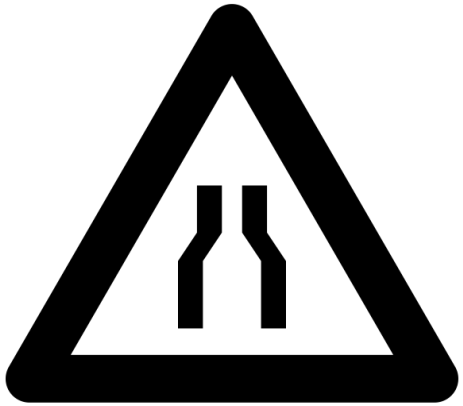
Impoverimento cerebrale

La plasticità del nostro cervello è condizionata dalla tipologia di apprendimento: la **natura ipertestuale** della rete sovraccarica la nostra mente, **limitando** le sue capacità di imprimere le conoscenze raccolte nella memoria a lungo termine, cioè la possibilità di **un apprendimento a lunga durata.**

La ricerca online: spunti apocalittici

Impoverimento culturale

- La **rilevanza** delle informazioni proposte dai motori di ricerca è stabilita con criteri discutibili.
- Il risultato è la tendenziale **omologazione** dei risultati di una ricerca.*



*J.A. EVANS, *Electronic Publication and the Narrowing of Science and Scholarship,* «Science» 321 (2008), pp. 395-399

La ricerca online: spunti integrati

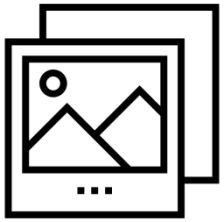
Risorsa didattica

- La Rete facilita esperienze di **apprendimento collaborativo**, tra pari, e percepito dagli studenti come informale.
- Un'esperienza didattica in Rete risulta talvolta più motivante ed emotivamente **coinvolgente**.
- La Rete è un **collettore** di risorse e fonti di tipologie diverse.

Contiene fonti dai supporti diversi

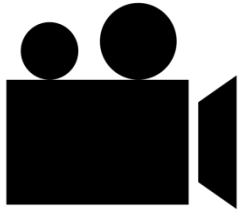
SCRITTE

ICONOGRAFICHE



ORALI

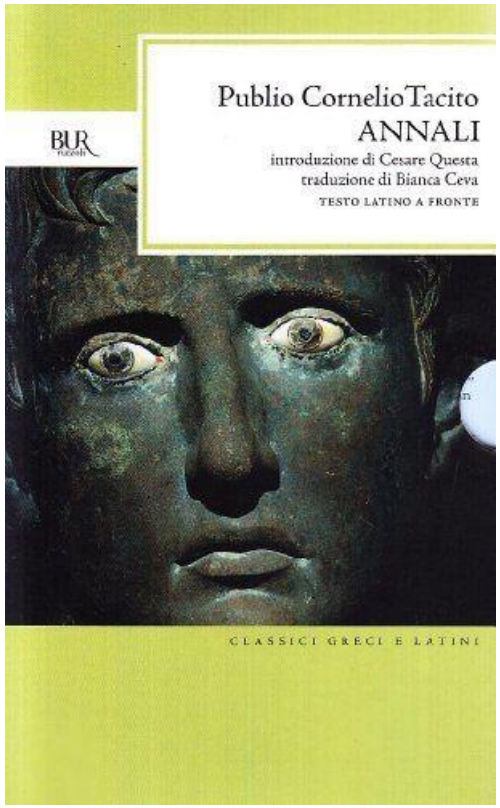
AUDIOVISIVE



MATERIALI

Un esempio

Tema: il principato di Tiberio



http://www.progettovidio.it/tacitoopere.asp

http://www.perseus.tufts.edu/hopper/

Tacito, *Annales* III, 5

Un esempio

Tema: il principato di Tiberio

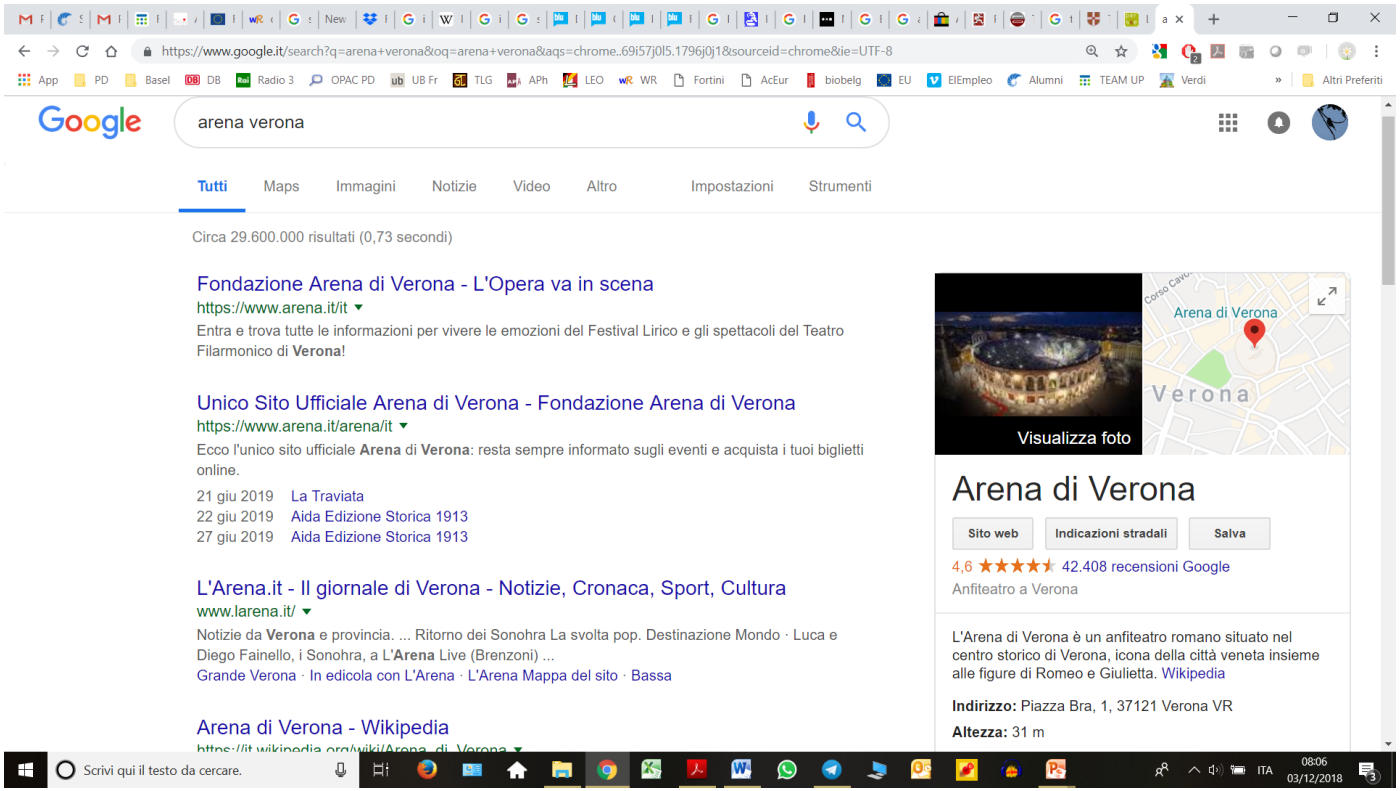
http://ml.ci.uc.pt/arquivos_antigos/archport/archport_20_11_2006_a_31_12_2014/pdffJrvksB9n2.pdf

Criteri di valutazione delle fonti

Fondamentale è il momento della **valutazione delle fonti**, per stabilire la loro affidabilità. «Fare ricerca» propone **quattro criteri**:

- **CREDIBILITA'**
- **ACCURATEZZA**
- **RAGIONEVOLEZZA**
- **SOSTEGNO**

Una ricerca online delle fonti



Il metodo SEWCOM

Fasi del metodo SEWCOM* («Search the Web with Concept Maps»):

- Brainstorming e mappa concettuale generica.
- Ristrutturazione della mappa raggruppando i termini significativi in aree semantiche specifiche
- Approfondimento di una o più aree tramite i motori di ricerca
- Selezione e valutazione dei risultati
- Ulteriore modifica alla mappa, inserendo termini specifici
- Definizione delle relazioni tra le aree della mappa

*C. PETRUCCO, *Costruire mappe per cercare in rete: il metodo Sewcom* (2002).

Una rivisitazione di SEWCOM

- Brainstorming e mappa concettuale generica.
- Ristrutturazione della mappa raggruppando i termini significativi in aree semantiche specifiche
- Cosa manca alla mappa? Cosa non sappiamo? (5+1 WH-)
- Dove possiamo trovare ciò che manca e in che forma?
- Divisione in gruppi e affidamento del tema di ricerca specifico.
- Ristrutturazione della mappa

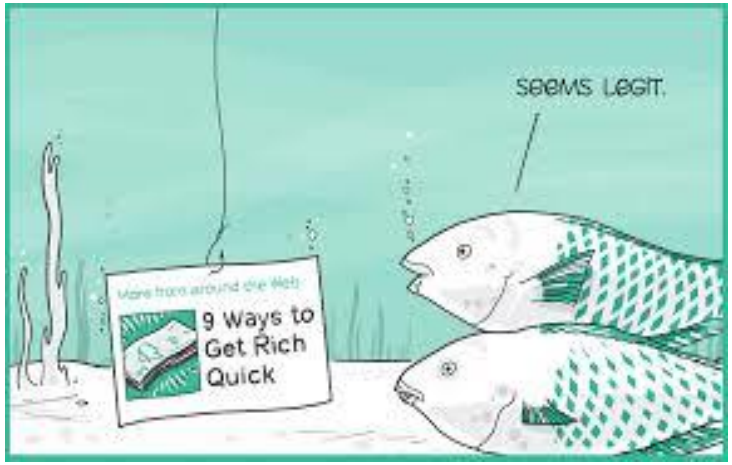
L'information literacy richiede competenze specifiche

- Capacità di **analisi e interpretazione** di un testo o di un'immagine.
- Capacità di **valutare l'attendibilità** di un testo o di un'immagine.
- Capacità nel valutare eventuali **sovrascopi** presenti all'interno di un testo
- Capacità di identificare e **delimitare l'oggetto** della propria ricerca

… che non sono competenze tecniche!

Fake news: define

Il termine inglese *fake news* indica articoli contenenti informazioni inventate, ingannevoli o distorte, pubblicati **con lo scopo di disinformare** e/o **attirare** il lettore per ottenerne **vantaggi economici o politici**.



Post verità

Nel 2016 l'Oxford English Dictionary ha deciso di eleggere quale parola dell'anno il termine

Post Truth

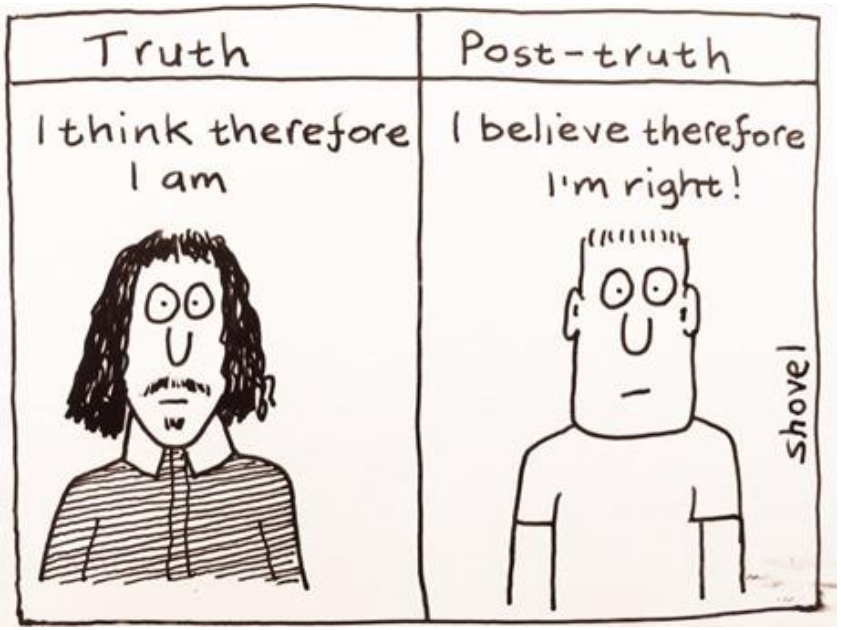
(Post Verità)

strettamente connesso al dibattito sulle *fake news.*

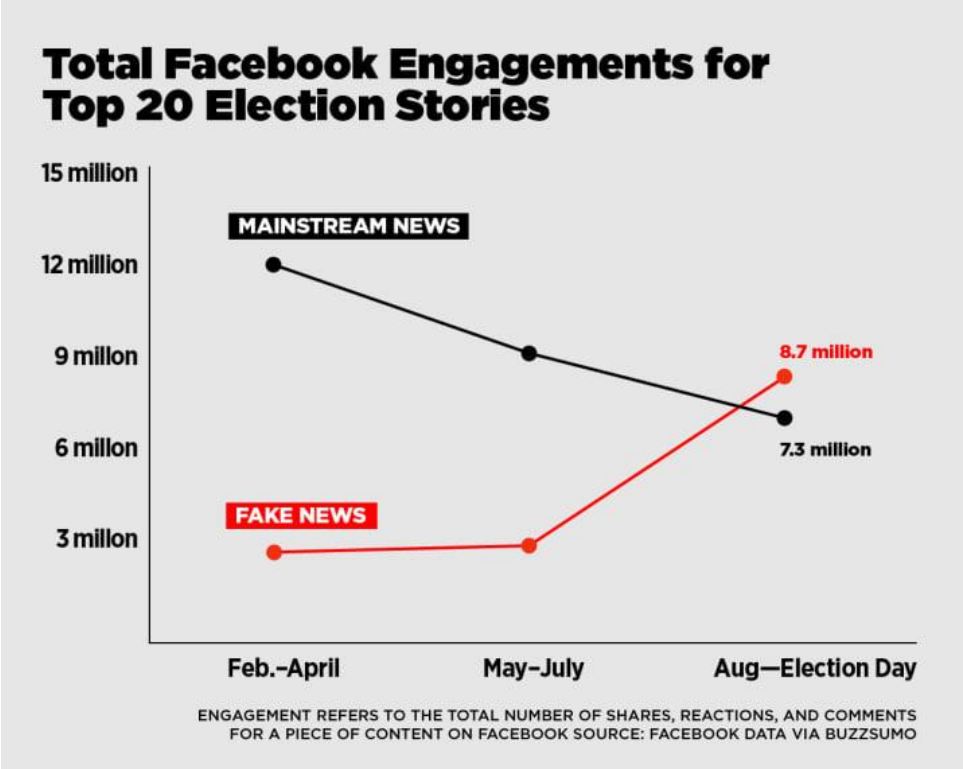
Post verità: define

Il termine **post verità** indica un'argomentazione che fa appello più all'emotività che alla ragione e basandosi su credenze e non su fatti verificati tende ad essere accettata come vera.

La verità dei fatti viene quindi considerata **di secondaria importanza** nel formare l'opinione pubblica rispetto alle convinzioni personali.



Perché è diventato un fenomeno rilevante?



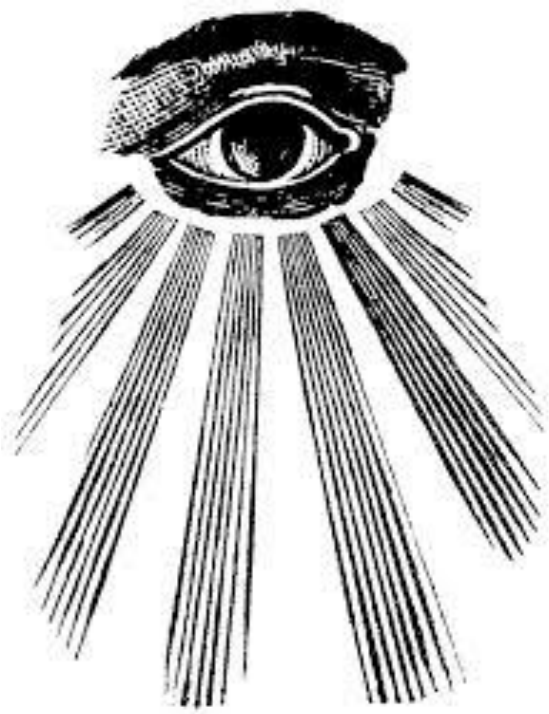
H. ALCOTT – M. GENTZCOW, *Social media and fake news in 2016 Election*, «Journal of Economic Perspectives» 31 (2017), pp. 211-236

In Italia

Nel Febbraio 2017 la Presidente della Camera Laura Boldrini lancia l'appello **#BastaBufale**, per una maggiore sensibilità al diffusissimo problema della disinformazione online.

In Italia

DDL 2688 del 7/2/17 «Disposizioni per prevenire la manipolazione dell'informazione *online*, garantire la trasparenza sul *web* e incentivare l'alfabetizzazione mediatica.»



Censura o educazione?

Alcuni problemi che emergerebbero dall'applicazione del DLL:

- Come distinguere notizie false dalla satira?
- Chi sarebbe chiamato a stabilire l'attendibilità di una notizia e applicare la censura?
- Perché il DDL non prevede l'applicazione di un controllo anti bufale anche sui siti giornalistici?

Migliore comprensione delle risorse

Forse il problema delle fake news può essere affrontato fornendo, piuttosto di una censura, strumenti per una migliore comprensione delle risorse online, a partire dalla scuola.

Cos'è una Fake News? Quali caratteristiche presenta? In che modo posso riconoscerla? Quali **responsabilità** ha l'utente nei confronti della diffusione delle bufale?

(Ri)conoscere la disinformazione

- Conoscere la **grammatica** delle fake news
- Riconoscere le varie **tipologie** di disinformazione
- Individuare le **motivazioni** di chi crea le fake news
- Riconoscere le **modalità di diffusione** delle fake news

Grammatica e tipologia

Da: https://www.valigiablu.it/fakenews-disinformazione/

Motivazioni

	SATIRA O PARODIA	COLLEGAMENTO INGANNEVOLE	CONTESTO INGANNEVOLE	CONTENUTO FUORVIANTE	CONTENUTO INGANNATORE	CONTENUTO MANIPOLATO	CONTENUTO FALSO AL 100%
CATTIVO GIORNALISMO		✓	✓	✓			
FARE LA PARODIA	✓				✓		✓
PROVOCAZIONE O PRESA IN GIRO					✓	✓	✓
INTERESSE PARTICOLARE				✓			
FAZIOSITÀ			✓	✓			
PROFITTO		✓			✓		✓
INFLUENZA POLITICA			✓	✓		✓	✓
PROPAGANDA			✓	✓	✓	✓	✓

Da: https://www.valigiablu.it/fakenews-disinformazione/

Meccanismi di diffusione

- Qual è la fonte originaria della notizia?
- Quale percorso ha fatto per giungere fino a me?

Responsabilità personale

Responsabilità personale

"The kind of duties that used to be the responsability of editors and librarians now fall on the shoulders of anyone who uses a screen to become informed about the world."

S. Wineburg

http://www.npr.org/2016/11/22/503052574/stanford-study-finds-most-students-vulnerable-to-fake-news

Una proposta pratica

COSTRUIAMO UNA BUFALA!