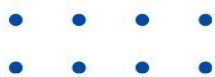




## **Obiettivo specifico di settore 2024**

**EFFETTI DELLE STRATEGIE ALGORITMICHE DEI SOCIAL NETWORK SUL PLURALISMO DELL'INFORMAZIONE: STRUMENTI DI TUTELA PER I MINORI E AZIONI PER ACCRESCERE IL PENSIERO CRITICO E FAVORIRE LA DIVERSITÀ DI OPINIONI**



## Sommario

|  |           |
|--|-----------|
| <b>SCHEDA OBIETTIVO.....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>FASE 1 - Coinvolgimento degli Stakeholders .....</b>  | <b>6</b>  |
| Output: resoconto degli incontri e raccolta delle criticità/raccomandazioni per le fasi successive .....                                   | 6         |
| Criticità e spunti di riflessione.....   | 17        |
| <b>FASE 2 - Indagini sull'utilizzo dei social media da parte dei giovani.....</b>  | <b>18</b> |
| Output: risultati dell'indagine e analisi dei dati.....  | 18        |
| Questionario .....   | 39        |
| Analisi delle domande .....  | 48        |
| <b>FASE 3 - Analisi e documentazione sull'impatto dei social media.....</b>  | <b>54</b> |
| Output: report di analisi.....   | 54        |
| Introduzione.....  | 54        |
| AMBITO TEMATICO 1 .....  | 56        |
| Sviluppo del Pensiero Critico o Pensiero Massificato.....  | 56        |
| AMBITO TEMATICO 2 .....  | 63        |
| Capacità di Provare Emozioni e Sviluppo dell'Intelligenza Emotiva .....  | 63        |
| AMBITO TEMATICO 3 .....  | 67        |
| Uso dello Smartphone e dei Social - Il rapporto dei giovani con il cellulare e i social network.....                                       | 67        |
| AMBITO TEMATICO 4 .....  | 72        |
| Prevalenza di Emozioni Positive o Negative.....  | 72        |
| AMBITO TEMATICO 5 .....  | 79        |
| L'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani .....   | 79        |
| <b>FASE 4 - Predisposizione di un testo di bando di concorso scolastico per la redazione di elaborati o di prodotti multimediali .....</b> | <b>90</b> |
| Output: bozza di bando di concorso .....   | 90        |
| Bando concorso obiettivo specifico di settore .....  | 90        |
| Osservazioni degli Stakeholders.....   | 95        |
| Relazione di sintesi dell'obiettivo inoltrata agli Stakeholders (primari e secondari) con relativo sondaggio.....                          | 97        |
| Feedback sondaggio .....   | 110       |



## SCHEDA OBIETTIVO

Consiglio regionale della Calabria

### Sistema di misurazione e valutazione della Performance SCHEDA OBIETTIVI SPECIFICO ANNO 2024

Struttura amministrativa Co.Re.Com. Calabria  
Responsabile Dott. Maurizio Priolo

| N.   | TITOLO OBIETTIVO SPECIFICO  | PESO% |
|--|---|-------|
|  | <i>Effetti delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione: strumenti di tutela per i minori e azioni per accrescere il pensiero critico e favorire la diversità di opinioni</i> | 100%  |
| <b>COLLEGATO ALL'OBIETTIVO GENERALE</b>  |   |       |
| <p>Questo obiettivo si collega principalmente all'obiettivo generale n. 4, il quale punta a "Creare valore pubblico promuovendo la comunicazione, la conoscibilità e la piena accessibilità ad ogni ambito delle attività dell'Ente, incrementando i livelli di trasparenza e diffondendo la cultura della legalità, anche attraverso interventi mirati nelle aree maggiormente esposte al rischio di corruzione. Inoltre, si integra efficacemente con gli obiettivi generali n. 2 e 3, poiché ambisce a valorizzare le risorse umane mediante l'introduzione di metodologie innovative nel campo della formazione digitale e della sicurezza online. Ciò contribuisce a ottimizzare i tempi di esecuzione dei processi e a migliorare i servizi offerti agli stakeholder.</p>  |   |       |
| <b>DESCRIZIONE DELL'OBIETTIVO</b>  |   |       |
| <p>L'obiettivo specifico di settore si focalizza sull'analisi dell'effetto delle strategie algoritmiche impiegate dai social network, esaminando in particolare la loro influenza sul pluralismo informativo. L'intento è quello di indagare come tali tecnologie influenzino la presentazione e interpretazione delle notizie, e le loro potenziali distorsioni sulla percezione del pubblico. In questo contesto, diventa essenziale sviluppare strumenti ed iniziative per proteggere i minori dagli effetti dannosi dei media digitali, mettendo in campo progetti e campagne di sensibilizzazione sui pericoli della disinformazione e del linguaggio d'odio, nonché promuovendo un uso sicuro e responsabile dei media online.</p> <p>Il risultato atteso è il rafforzamento del pensiero critico e la consapevolezza nei giovani riguardo il funzionamento e l'impatto delle pratiche algoritmiche, anche con l'ausilio dell'intelligenza artificiale. Si prevede di stimolare un'analisi critica delle informazioni, la comprensione di differenti prospettive e l'incoraggiamento di un confronto costruttivo tra opinioni diverse.</p> <p>Questo obiettivo si allinea con le direttive Agcom per i Progetti di Media Education, che sottolineano l'importanza di affrontare le sfide legate all'educazione mediatica e alla sicurezza digitale, con un focus specifico sulla disinformazione e sul linguaggio d'odio.</p> <p>Nella fase iniziale, si procederà con un'analisi dettagliata sia del funzionamento degli algoritmi sia sulla disinformazione sia sull'uso del linguaggio d'odio, attraverso incontri con esperti, enti pubblici e università per dibattere sulle buone pratiche per una navigazione online sicura. Successivamente, verranno lanciate iniziative e strumenti per coinvolgere attivamente i media, le istituzioni competenti e in particolare i minori, principali bersagli nella lotta contro questi fenomeni.</p> <p>Una delle azioni chiave sarà l'istituzione di un concorso per le scuole superiori, volto a stimolare gli studenti ad analizzare criticamente il ruolo degli algoritmi nei social network in un contesto di autoapprendimento. La formula del concorso è diretta a premiare le migliori creazioni degli studenti, che potranno essere elaborati scritti o prodotti multimediali (podcast, cortometraggi, video), che riflettano una comprensione efficace e un approccio critico ai temi trattati e che potranno essere diffusi nelle scuole come materiale didattico e di sensibilizzazione.</p> <p>In linea con la strategia di stakeholders engagement, il testo del bando sarà presentato alla governance istituzionale e agli stakeholders rilevanti, inclusi gli istituti scolastici coinvolti nell'esame del fenomeno. Questo approccio assicura non solo un'ampia partecipazione e condivisione, ma anche un</p> |   |       |

coinvolgimento attivo e consapevole di tutti gli attori interessati, rafforzando il dialogo e la collaborazione tra il CORECOM Calabria, il mondo educativo e la comunità più ampia

| FASI DELL'OBIETTIVO   | DAL              | AL         |
|---|------------------|------------|
| <b>Coinvolgimento degli Stakeholders:</b> incontri con enti, associazioni, università, comuni ed esperti di settore per discutere l'impatto delle strategie algoritmiche e il pensiero critico con un focus sui minori.<br><b>Output:</b> resoconto degli incontri e raccolta delle criticità/raccomandazioni per le fasi successive.   | 01/01/2024       | 31/05/2024 |
| <b>Indagine sull'utilizzo dei social media da parte dei giovani:</b> somministrazione di questionari nelle scuole per raccogliere dati sull'uso dei social media e sul livello di pensiero critico.<br><b>Output:</b> risultati dell'indagine e analisi dei dati.   | 01/04/2024       | 31/05/2024 |
| <b>Analisi e documentazione sull'impatto dei social media:</b> raccolta della documentazione e analisi dei dati sulle modalità con cui i social media influenzano i giovani.<br><b>Output:</b> report di analisi.   | 01/02/2024       | 31/05/2024 |
| <b>Predisposizione di un testo di bando di concorso scolastico per la redazione di elaborati o di prodotti multimediali</b> (podcast, cortometraggi e video) e presentazione degli esiti agli Stakeholders.<br><b>Output:</b> bozza di bando di concorso.   | 01/07/2024       | 30/11/2024 |
| Validazione da parte del Dirigente di vertice.  | 01/12/2024       | 10/12/2024 |
| <b>Pubblicazione dei risultati</b> riferiti sia alla documentazione sul fenomeno affrontato sia all'esito dell'indagine relativa all'utilizzo dei social media e sul livello di pensiero critico da parte dei giovani che frequentano le scuole superiori.  | 11/12/2024       | 31/12/2024 |
| INDICATORI DI RISULTATO   | TARGET           | PESO%      |
| <b>Incontri con gli Stakeholders:</b> Incontri da remoto o in presenza  | n. 5≥            | 20%        |
| <b>Tasso di risposta e qualità dei dati dell'indagine:</b><br>(Numero di interviste realizzate – NIR- )/Campione Minimo Significativo –CMS-)×100<br><i>Il target definito come "NIR/CMS ≥ 101%" indica che l'obiettivo è realizzare un numero di interviste che superi almeno dell'1% il Campione Minimo Significativo. Questo garantisce che la quantità di dati raccolti sia sufficiente per raggiungere un'accuratezza statistica adeguata, considerando il livello di confidenza del 95% e il margine di errore del 5%.</i> | NIR/CMS<br>≥101% | 25%        |
| <b>Report di Analisi</b>  | SI               | 20%        |
| <b>Stesura di un testo di bando di concorso</b>   | SI               | 25%        |
| <b>Validazione da parte del Dirigente di Vertice.</b>   | SI               | 5%         |
| <b>Pubblicazione dei risultati</b>  | SI               | 5%         |

| <b>RISORSE UMANE ASSEGNATE ALL'OBIETTIVO</b> | <b>CAT.</b> | <b>DAL</b> | <b>AL</b>  | <b>PERC. D'IMPIEGO</b> |
|--|-------------|------------|------------|------------------------|
| Biancolini Daniela                           | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Bombaci Annamaria                            | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Bruzzese Isidoro Domenico                    | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Cannizzaro Anna                              | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Chianese Alessandra                          | B           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Cotroneo Rita                                | C           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Crisalli Orazio Giuseppe                     | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Ferrara Baldassare                           | C           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Fortugno Vilma                               | C           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Germolè Antonino                             | C           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Idone Massimo                                | C           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Mallamaci Antonino                           | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Marcianò Francesca                           | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Muraca Salvatore                             | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Pitea Diego                                  | C           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Quattrone Emanuela                           | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Repaci Antonia                               | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Ripepi Michele                               | D           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Sando Teresa                                 | B           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Sturniolo Stefania                           | C           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |
| Zampaglione Maria                            | A           | 01/01/2024 | 31/12/2024 | 100%                   |

#### **RISORSE FINANZIARIE**

Miss. \_\_\_\_ Prog. \_\_\_\_ Tit. \_\_\_\_ Cap. \_\_\_\_ Art. \_\_\_\_ P.D.C. \_\_\_\_ x non comporta oneri finanziari

**NOTE** (*osservazioni, fattori che possono influenzare il raggiungimento dell'obiettivo*)

Reggio Calabria, 29/01/2024

**Il dirigente**

## **FASE 1 - Coinvolgimento degli Stakeholders**

*Output: resoconto degli incontri e raccolta delle criticità/raccomandazioni per le fasi successive*

Durante una serie di incontri con esperti di settore tra marzo e maggio 2024 sono state affrontate tematiche cruciali relative all'impatto delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione e sulla protezione dei minori dai rischi associati ai media digitali, con particolare attenzione al potenziamento del pensiero critico dei giovani. Di seguito, sono riportati in dettaglio i punti salienti e le conclusioni emerse da ciascun incontro, registrati sulla piattaforma TEAMS e disponibili negli atti dell'ufficio.

Incontro online con il Dott. Alessandro Longo, Direttore dell'Agenda Digitale – 19 marzo 2024

Il Dottor Longo ha offerto una visione dettagliata dell'influenza delle piattaforme digitali, evidenziando come gli algoritmi guidino sempre più ciò che gli utenti vedono online. Ha approfondito il funzionamento dei social media e delle loro implicazioni sulla società. È stata evidenziata la problematica della concentrazione dei ricavi nelle mani delle grandi piattaforme, a scapito degli editori tradizionali. Ha parlato altresì delle sfide economiche che i media tradizionali devono affrontare nell'era digitale. In particolare, ha spiegato come l'intelligenza artificiale influenzi la creazione e la diffusione di contenuti online, incluso il rischio di aumentare la disinformazione. Questo indica una comprensione della complessità delle tecnologie emergenti e dei loro impatti sulla società. Ha discusso dell'importanza delle nuove norme europee che mirano a rendere riconoscibile l'intelligenza artificiale nei contenuti online. Questo dimostra una sensibilità alle questioni normative e alla necessità di regolamentare l'uso delle tecnologie digitali. Complessivamente, il quadro offerto dal relatore ha fornito una comprensione approfondita delle dinamiche.

Incontro online con la Professoressa Stefania Garassini docente Content Management e Digital Journalism all'Università Cattolica - 25 marzo 2024. L'incontro si è concentrato sulla protezione dei minori nell'ambiente digitale, esaminando le sfide e le opportunità legate all'accesso a contenuti online inappropriati e alla sicurezza dei giovani utenti. Si è discusso della necessità di trovare un equilibrio tra la libertà di espressione e la protezione dei minori, affrontando tematiche come la verifica dell'età per accedere a determinati contenuti e la responsabilità delle piattaforme digitali nel garantire un ambiente sicuro. Punto centrale del dibattito è stato il ruolo delle piattaforme online nella protezione dei minori. Si è sottolineato che queste piattaforme devono assumersi una maggiore responsabilità nel garantire che i contenuti inappropriati non siano accessibili ai minori e nell'implementare misure efficaci per verificare l'età degli utenti. Si è anche discusso dei limiti delle soluzioni tecnologiche per il controllo dell'età e della necessità di trovare un equilibrio tra sicurezza e privacy. Si è proposta l'idea di coinvolgere terze parti affidabili nella gestione dei dati personali e nell'autenticazione degli utenti, al fine di garantire un accesso sicuro ai contenuti online solo per gli utenti idonei. Un altro punto chiave emerso durante l'incontro è stata l'importanza dell'educazione e dell'informazione per promuovere un uso consapevole della tecnologia tra i giovani. Si è sottolineato il ruolo fondamentale dei genitori, delle scuole e delle istituzioni nel fornire agli adolescenti le competenze necessarie per navigare in modo sicuro e responsabile nel mondo digitale. Infine, sono state discusse iniziative concrete, come i "Patti Digitali", che coinvolgono diverse parti interessate, tra cui genitori, scuole e istituzioni locali, nell'adozione di misure concrete per promuovere un uso consapevole e responsabile della tecnologia tra i giovani. Questi patti digitali possono includere linee guida specifiche per l'uso sicuro di smartphone e social media, nonché programmi educativi mirati a sensibilizzare i giovani sugli eventuali rischi legati all'uso della tecnologia.

Incontro con il Professore Domenico Marino, docente di Politica Economica presso l'Università Mediterranea di Reggio Calabria, nonché autore di rilievo nel campo dell'intelligenza artificiale (IA) e dei social network -28 marzo 2024. Nel corso dell'incontro è emersa la profonda sensibilità del professore verso le sfide e le opportunità che questi fenomeni comportano. Le sue pubblicazioni sull'argomento testimoniano il suo impegno e la sua competenza. Il professore si pone come un assertore dell'IA, ma al contempo promuove attivamente una sua regolamentazione improntata all'etica e alla responsabilità sociale, incarnando così una prospettiva equilibrata che rispecchia la complessità del dibattito sull'IA. Ha delineato con chiarezza e dettaglio l'importanza crescente dell'intelligenza artificiale (IA) nella società e nell'economia contemporanea, sottolineando il ruolo accelerante della pandemia da Covid-19 nel processo di digitalizzazione delle nostre vite. Ha prospettato un futuro in cui l'IA

diverrà sempre più pervasiva e cruciale, influenzando settori chiave come la gestione dei dati, la medicina predittiva, la sicurezza e molti altri settori, grazie alla sua straordinaria capacità di elaborare e analizzare grandi quantità di dati in tempi rapidi. Tuttavia, non ha trascurato le implicazioni etiche, sociali e politiche connesse all'adozione delle nuove tecnologie. Pur riconoscendo l'IA come un pilastro fondamentale per l'innovazione economica e sociale, solleva con fermezza legittime preoccupazioni riguardanti le disuguaglianze potenziali e l'impatto sull'occupazione e sull'equità economica. Pertanto, ha sottolineato la necessità imperativa di sviluppare politiche pubbliche che guidino un'implementazione responsabile dell'IA, con particolare attenzione alla protezione della privacy, alla trasparenza e all'equità nell'utilizzo di queste tecnologie. In conclusione, ha adottato un approccio critico e consapevole nei confronti dei social network, riconoscendo i loro innegabili vantaggi, ma anche i rischi legati all'abuso e alla diffusione di disinformazione. Per ultimo, ha sottolineato l'importanza cruciale dell'educazione digitale e della media literacy per promuovere un utilizzo responsabile dei social network e per contrastare la propagazione di notizie false e manipolazione online. Pertanto, il contributo del Professor Marino va al di là della mera teoria, fornendo preziosi suggerimenti pratici per affrontare le sfide legate all'IA e ai social network. Egli invita a un dialogo interdisciplinare che coinvolga varie figure professionali e accademiche per affrontare in modo efficace le sfide e le opportunità presentate da queste tecnologie. In sintesi, il pensiero del professore mira a plasmare un futuro digitale più equo, inclusivo e sostenibile attraverso un approccio responsabile e consapevole all'adozione e all'utilizzo delle tecnologie digitali.

Incontro con la Professoressa Laura Marchetti, docente di Didattica generale all'Università di Foggia e docente di Antropologia all'Università Mediterranea di Reggio Calabria -12 aprile 2024. La professoressa ha curato il libro "Nuove Solitudini allo Schermo" basato su un sondaggio condotto su studenti di Lucera, Bari e Foggia, che esplora il rapporto dei minori con i social media e Internet, evidenziando le ripercussioni su relazioni familiari, emotive e cognitive. Questo studio, condotto durante la pandemia, conferma un impoverimento nelle relazioni sociali e cognitivo-espressive dei giovani. Particolarmente rilevante è stato il confronto tra le abitudini pre e durante la pandemia, che ha confermato un chiaro impoverimento delle relazioni sociali e delle capacità cognitive ed espressive. La Professoressa ha sollevato con estrema chiarezza la mancanza di un dibattito pedagogico adeguato sull'impiego delle tecnologie digitali nelle scuole, mettendo in luce la necessità impellente di governare il digitale anziché esserne passivamente influenzati. Ha enfatizzato come l'esperienza della didattica a distanza abbia intensificato un uso spesso indiscriminato e poco consapevole del digitale, senza considerare le implicazioni cognitive e sociali di tale pratica. Un punto cruciale emerso durante la discussione riguarda la critica all'eccessivo ricorso alle presentazioni in formato slide durante le lezioni e i convegni, pratica che rischia di appiattire il pensiero e di ridurre la complessità delle conoscenze trasmesse, con conseguenze negative sull'elaborazione critica degli studenti. Infine, ha sottolineato il rischio di affidare il gioco e l'apprendimento al digitale, a discapito della manipolazione sensoriale e del movimento fisico, elementi cruciali nello sviluppo infantile. Questa riflessione evidenzia la sfida dell'apprendimento arcaico, basato sull'esperienza sensoriale e corporea, in contrasto con l'immersione nel mondo digitale e l'uso intensivo dei videogiochi, che possono distorcere la percezione della realtà e ridurre l'empatia e la consapevolezza delle conseguenze delle proprie azioni. È stato messo in evidenza il rischio di una crescente dipendenza dagli smartphone e dai social media, con conseguenze negative sull'interazione sociale e sul pensiero critico. Si è discusso anche della logica binaria imposta dai test standardizzati nella valutazione dell'apprendimento, che

non tiene conto della creatività e della diversità individuale. È stata sollevata la questione della regressione antropologica dovuta alla dipendenza tecnologica e alla perdita della capacità di affrontare la realtà in modo critico e consapevole. È stato evidenziato che i social media spesso promuovono una ricerca ossessiva di identità attraverso i selfie e la costruzione di un profilo falso; si è fatto riferimento alla psicologia delle masse e al ruolo degli influencer nel soddisfare i desideri della folla, generando omologazione. La riflessione si è conclusa sottolineando l'importanza cruciale dell'educazione familiare e scolastica nel guidare i giovani verso un utilizzo consapevole della tecnologia, incoraggiando attività che favoriscano la comunicazione e l'interazione sociale autentica. Tuttavia, sono state avanzate legittime preoccupazioni riguardo alla difficoltà di contrastare efficacemente la dipendenza digitale, data l'influenza e gli interessi economici delle grandi aziende tecnologiche. In sintesi, l'incontro è stato un'opportunità stimolante per esplorare diverse tematiche legate all'educazione, all'uso



critico della tecnologia e al ruolo determinante della scuola nel promuovere il pensiero critico e l'inclusione sociale. Si è evidenziata la necessità di un dialogo aperto e propositivo tra famiglie, istituzioni scolastiche e studiosi per affrontare con successo le sfide educative del nostro tempo, garantendo un equilibrio sano tra l'innovazione digitale e lo sviluppo integrale delle nuove generazioni. Incontro online con il Dott. Aldo Mantineo, giornalista e membro del Corecom Sicilia - 16 aprile 2024. Il Dott. Aldo Mantineo ha analizzato il significativo cambiamento nel nostro modo di consumare e produrre informazioni. Durante l'incontro, è stata approfondita la trasformazione degli individui da semplici fruitori a protagonisti nella diffusione delle notizie grazie all'avvento dei social media, che ha portato a un passaggio da un modello verticale a uno più orizzontale. È stata sottolineata l'importanza della consapevolezza nell'utilizzo dei social media per contrastare la diffusione di informazioni errate e manipolative. Si è osservato un calo nel consumo di stampa cartacea e quotidiani online nei media tradizionali, con la televisione che conserva ancora una presenza significativa. Tuttavia, si nota un crescente interesse verso le piattaforme online, soprattutto tra i giovani, incluso l'ampio utilizzo di WhatsApp. Durante la discussione sono stati affrontati vari temi riguardanti l'impatto della tecnologia e dei social media sul quotidiano, come la nomofobia e le proposte legislative per limitare l'uso eccessivo dei dispositivi digitali, soprattutto tra i bambini. Sono state esaminate le implicazioni psicologiche legate alla dipendenza dai social media e l'influenza di questi sulla percezione della realtà e sulla qualità dell'informazione. È stata discussa anche la limitazione dell'esposizione a opinioni diverse e la diffusione di disinformazione attraverso fenomeni come le "filter bubble" e le "echo chamber". Infine, si è concordato sull'adozione di un approccio consapevole nell'utilizzo dei social media, incoraggiando la riflessione critica e la ricerca attiva di informazioni diverse, valutando attentamente la credibilità delle fonti e mettendo in discussione le proprie convinzioni per una visione più completa e bilanciata della realtà. In conclusione, è stata ribadita l'importanza di un approccio filosofico, normativo e pragmatico nel trattare il tema della disinformazione e degli algoritmi, promuovendo un uso responsabile dei social network e mantenendo un equilibrio tra l'uso della tecnologia e le interazioni umane.

Incontro online con il professore Domenico Talia, ordinario di sistemi di elaborazione delle informazioni UnCal, autore di pubblicazioni sul tema dei Big Data.- 16 maggio 2024.

Il professor Domenico Talia ha tenuto una presentazione sugli algoritmi e l'intelligenza artificiale, concentrandosi sulle implicazioni della disinformazione e della manipolazione. Pur evidenziando i rischi associati a queste tecnologie, ha sottolineato anche le opportunità che offrono. Talia ha illustrato come i nuovi algoritmi di machine learning e intelligenza artificiale stiano rendendo sempre più complesso il rapporto tra algoritmi e realtà quotidiana. Sebbene potenti e utili, questi algoritmi possono anche manipolare e distorcere la realtà e le relazioni interpersonali. Ha citato l'uso diffuso dei dispositivi digitali, che semplificano molte attività ma possono anche alterare la percezione della realtà, specialmente tra i giovani, che potrebbero preferire la realtà virtuale a quella reale.

Un caso interessante menzionato è l'app "Replika", che consente agli utenti di creare partner virtuali con cui interagire. Alcuni utenti hanno sviluppato relazioni tossiche con questi chatbot, sollevando preoccupazioni sull'impatto delle interazioni virtuali sui rapporti reali. Talia ha anche discusso il ruolo degli algoritmi nel profilare e influenzare le scelte degli utenti, sia a livello commerciale che politico, sottolineando come queste previsioni siano spesso orientate agli interessi delle aziende sviluppatrici piuttosto che a quelli degli utenti.

Il tema dei social media è stato affrontato con particolare attenzione a Facebook e TikTok, analizzando come gli algoritmi influenzino la percezione della realtà e il comportamento degli utenti. Talia ha spiegato come queste piattaforme non mostrino più i contenuti in ordine cronologico, ma utilizzino algoritmi per selezionare i contenuti più rilevanti per l'utente, creando una realtà filtrata e manipolata. È stato particolarmente critico nei confronti di TikTok, sottolineando come il suo modello di business incentrato sull'engagement video possa portare alla diffusione di disinformazione e alla dipendenza, soprattutto tra i giovani. I video più strani e irreali tendono a ricevere più visualizzazioni, favorendo la circolazione di contenuti di bassa qualità.

TikTok è particolarmente problematico perché molti dei suoi utenti sono giovani, spesso minorenni, che possono diventare vittime di disinformazione e dipendenza dalla piattaforma. Ci sono casi documentati di autolesionismo e suicidi legati all'uso eccessivo di TikTok. Nonostante TikTok affermi di bloccare contenuti che incitano all'odio, studi indipendenti dimostrano che la piattaforma è utilizzata per diffondere contenuti razzisti,



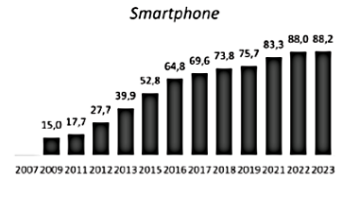
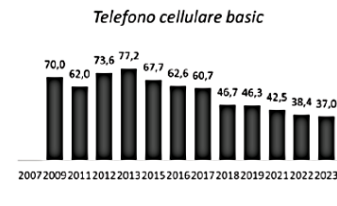
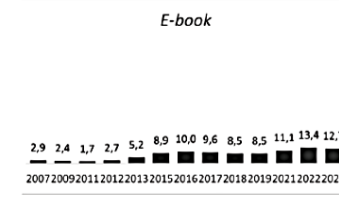
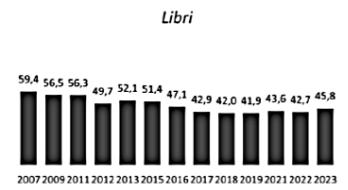
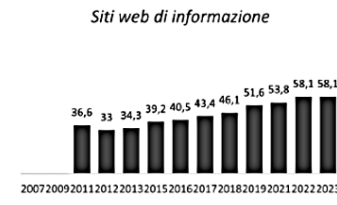
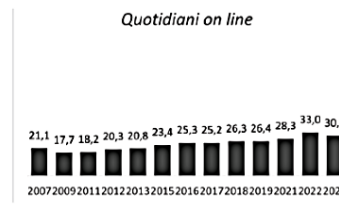
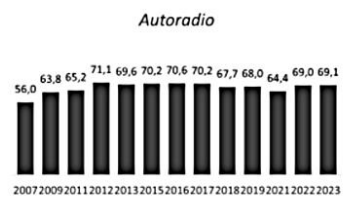
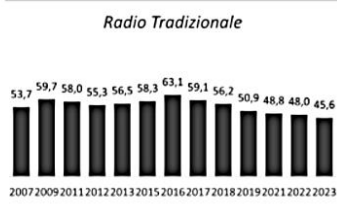
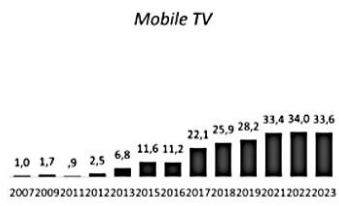
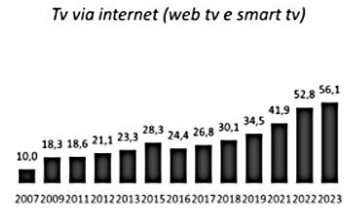
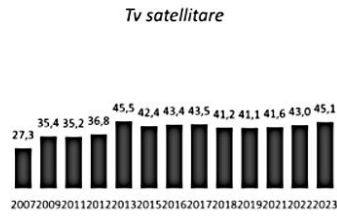
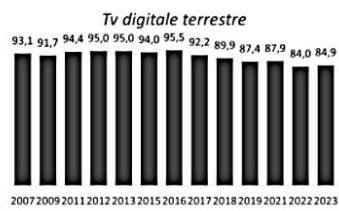
sessisti e omofobi. L'uso di algoritmi per massimizzare il tempo di visualizzazione ha creato quella che viene chiamata "economia dell'attenzione", dove le piattaforme guadagnano rubando l'attenzione degli utenti. Questo spesso porta alla produzione di fake news, trasformando l'economia dell'attenzione in economia dell'ignoranza, con effetti negativi sulla società.

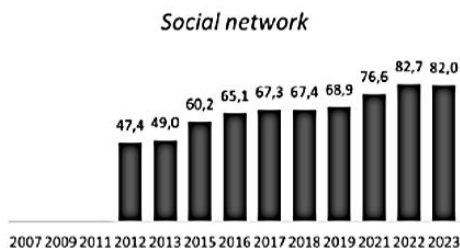
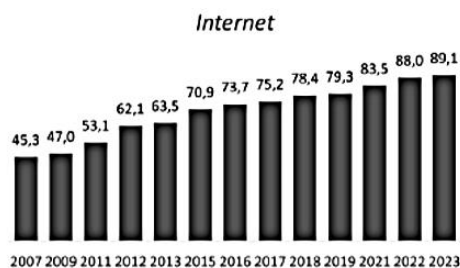
Un altro esempio dell'impatto negativo degli algoritmi è l'uso del riconoscimento facciale nelle attività di polizia, che ha portato all'arresto ingiusto di persone innocenti. Gli algoritmi di riconoscimento facciale sono meno accurati con le donne e le persone di colore, causando gravi ingiustizie. Infine, Talia ha parlato dell'evoluzione dei sistemi di intelligenza artificiale, come GPT-4 di OpenAI, in grado di rispondere con una velocità e una precisione paragonabili a quelle umane, creando una realtà basata sui dati che conosce.

Ha concluso sottolineando l'importanza di sviluppare e utilizzare queste tecnologie in modo etico, con regolamentazioni chiare e un'attenzione particolare agli impatti negativi. Questo richiede leggi chiare, etica aziendale e un'azione a tutti i livelli per evitare pregiudizi, decisioni ingiuste e manipolazioni personali e di massa. Solo attraverso un approccio attento e consapevole possiamo sfruttare il potenziale della tecnologia senza compromettere i valori fondamentali della nostra società.

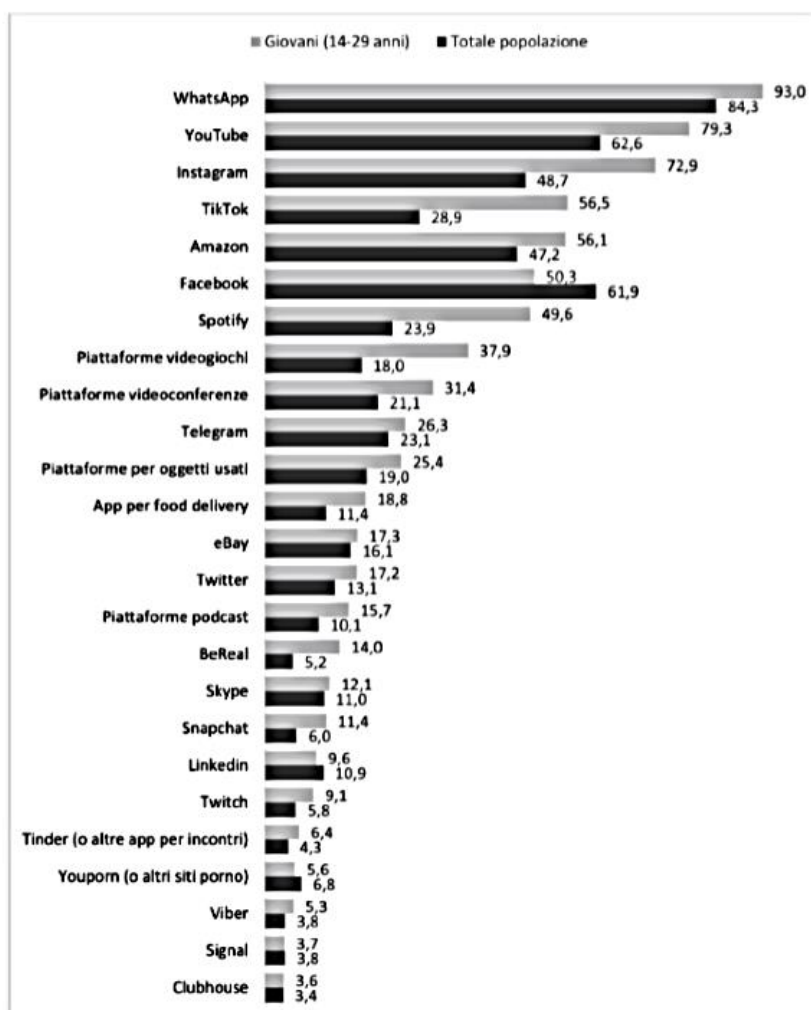
A questo punto è opportuno fornire una sintesi dei principali risultati del 19° Rapporto sulla Comunicazione elaborato dal CENSIS sui consumi mediatici degli italiani nel 2023. La relazione analizza il panorama dei media in Italia nel 2023, presentando una serie di dati e tendenze significative (fig. 1-2). Televisione: la televisione rimane stabile nel suo complesso, con l'utenza che passa dal 95,1% al 95,9%. La TV tradizionale (digitale terrestre) registra un aumento dello 0,9%, mentre la TV satellitare cresce del 2,1%. La TV via internet (web tv e smart tv) ha una crescita significativa del 3,3%, superando il 56,1% di utenti. La mobile tv ha registrato un boom, passando dal 1,0% nel 2007 al 33,6% nel 2023. Radio: la radio mantiene una posizione solida con il 78,9% degli italiani che la ascoltano, seppur con una lieve diminuzione dell'1,1% rispetto all'anno precedente. L'ascolto in casa tramite apparecchio tradizionale subisce una leggera flessione, mentre l'ascolto in auto ritorna ai livelli pre-pandemici. Internet e Social Network: l'utilizzo di internet continua a crescere, coinvolgendo l'89,1% degli italiani nel 2023. Gli smartphone sono diffusi all'88,2% della popolazione, mentre gli utenti dei social network sono all'82,0%. Media e stampa: la crisi dei media a stampa si accentua. I quotidiani cartacei venduti in edicola sono scesi dal 67,0% nel 2007 al 22,0% nel 2023. Anche settimanali e mensili mostrano una diminuzione dei lettori. Gli utenti di quotidiani online sono al 30,5% degli italiani. Lettura dei libri: nel 2023 si registra un arresto della diminuzione dei lettori di libri cartacei, saliti al 45,8% della popolazione. Gli e-book mantengono una percentuale stabile al 12,7%. I giovani (14-29 anni) mostrano un consolidamento nell'uso delle piattaforme online. WhatsApp è utilizzato dal 93,0%, YouTube dal 79,3%, Instagram dal 72,9% e TikTok dal 56,5%, con lievi cali per Facebook (passato dal 51,4% del 2022 al 50,3%), Spotify (dal 51,8% al 49,6%) e Twitter (dal 20,1% al 17,2%). Colpisce la discesa di due piattaforme partite bene ma che nel tempo hanno arrestato la loro corsa: Telegram (passato dal 37,2% del 2022 al 26,3%) e Snapchat (dal 23,3% all'11,4%) (fig. 2) La spesa delle famiglie per i consumi mediatici tra il 2007 e il 2022 ha subito variazioni significative. Si evidenzia un notevole aumento della spesa per telefoni ed equipaggiamento telefonico (+727,9%) e per computer, audiovisivi e accessori (+215,8%). La spesa per libri e giornali ha invece subito un crollo del 38,2% (fig. 3).

**Fig. 1 – L'evoluzione dell'utenza complessiva dei media, 2007-2023 (val. %)**



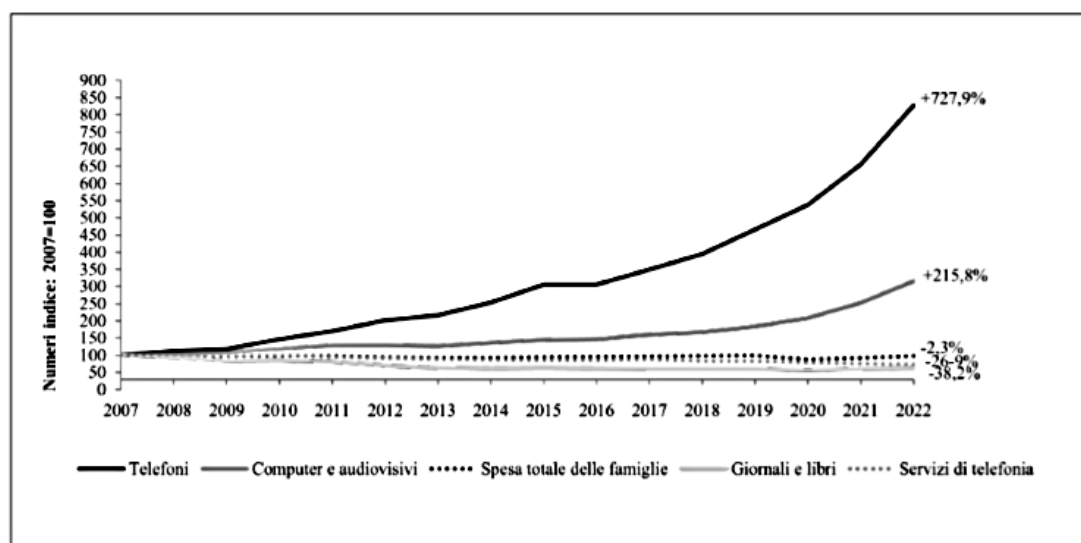


**Fig. 2 - Utenza complessiva di social network, piattaforme digitali, servizi di messaggistica: un confronto tra la popolazione complessiva e i giovani (val. %)**



Fonte: indagine Censis, 2023

**Fig. 3 - Andamento della spesa delle famiglie per i consumi mediatici (valori concatenati), 2007-2022 (numeri indice: 2007=100)**



Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Nel rapporto del CENSIS del 2023 sull'informazione, si evidenzia altresì un cambiamento significativo nei comportamenti degli italiani riguardo alle fonti d'informazione. L'uso delle fonti digitali, compresi i social network, continua a crescere a scapito dei media tradizionali. Tuttavia, una novità importante è l'ingresso di alcuni social network come fonti d'informazione, che sta influenzando il panorama mediatico in modo deciso. I telegiornali, pur rimanendo la fonte principale di informazione per gli italiani, hanno registrato un calo percentuale significativo, scendendo dal 51,2% al 48,3% dell'utenza. Questo rappresenta una perdita di quasi 3 punti percentuali nell'arco di un anno e un calo del 10,8% rispetto al 2019 (tab. 1). Tra i media digitali, Facebook ha visto un calo importante, passando dal 35,2% al 29,7%. Al contrario, i motori di ricerca sono in ascesa, diventando la fonte d'informazione più utilizzata con il 29,6% delle preferenze, in aumento del 6,2% rispetto all'anno precedente e dell'8,9% rispetto al 2019. YouTube ha fatto registrare un notevole incremento come fonte d'informazione, passando dal 2019 al 2023 da 11,9% all'attuale 18,5%. Instagram, invece, si è affermato come fonte d'informazione per il 15,3% degli utenti, superando i giornali radio che hanno un utilizzo pari al 13,7%. Le notizie più seguite rimangono la politica nazionale (32,1%), il life style (31,0%) e lo sport (29,2%), con una crescita anche delle notizie di medicina e scienza (+3,5%) dopo un periodo di calo durante la pandemia (tab. 2). Per quanto riguarda la credibilità dei media, la radio rimane la fonte più affidabile (70,3%), seguita dalla televisione (67,7%) e dai quotidiani (63,9%). Tuttavia, si nota una tendenza positiva verso i media digitali, con un miglioramento della loro reputazione (+2,3% per siti web esclusi i quotidiani online, +1,6% per i social network) (tab. 3). Infine, tra i giovani dai 14 ai 29 anni, c'è un cambiamento di tendenza: preferiscono la televisione (71,4% la ritiene affidabile, in aumento del 2,7%) e la radio (66,7%). Tuttavia, i siti web d'informazione registrano la maggiore crescita di reputazione in questa fascia di età, con un aumento del 6,6% fino al 56,4% di utilizzo.



**Tab. 1 – Andamento delle quote di utenza dei mezzi come fonte di informazione sul totale della popolazione, 2022-2023 (val. %)**

|   | 2022 | 2023 | Diff. %<br>2022-2023 |
|---|------|------|----------------------|
| Telegiornali                                    | 51,2 | 48,3 | -2,9                 |
| Facebook  | 35,2 | 29,7 | -5,5                 |
| Motori di ricerca su internet                   | 23,4 | 29,6 | 6,2                  |
| Tv all news (es.: rainews24, tgcom24, sky tg24) | 21,0 | 19,6 | -1,4                 |
| YouTube   | 16,9 | 18,5 | 1,6                  |
| Siti web di informazione                        | 19,3 | 16,2 | -3,1                 |
| Instagram                                       | -    | 15,3 | -                    |
| Giornali radio                                  | 14,6 | 13,7 | -0,9                 |
| Quotidiani online                               | 14,3 | 11,8 | -2,5                 |
| App su smartphone                               | 9,4  | 9,7  | 0,3                  |
| Quotidiani cartacei a pagamento                 | 7,8  | 8,1  | 0,3                  |
| TikTok  | -    | 7,0  | -                    |
| Televideo                                       | 5,6  | 5,1  | -0,5                 |
| Settimanali/mensili cartacei                    | 4,9  | 4,7  | -0,2                 |
| Telegram  | -    | 4,2  | -                    |
| Blog, forum online                              | 3,6  | 3,8  | 0,2                  |
| Quotidiani cartacei gratuiti (free press)       | 2,1  | 2,9  | 0,8                  |
| Twitter/X                                       | 3,4  | 2,5  | -0,9                 |
| Servizio sms tramite telefono cellulare         | 3,5  | 2,2  | -1,3                 |
| Podcast   | 1,8  | 1,3  | -0,5                 |

*Fonte:* indagini Censis 2022 e 2023

**Tab. 2 – Generi di notizie che interessano di più (val. %)**

|                               | 2021 | 2022 | 2023 | Diff. %<br>2022-<br>2023 |
|-------------------------------|------|------|------|--------------------------|
| Politica nazionale            | 39,7 | 32,4 | 32,1 | -0,3                     |
| Stili di vita, viaggi, cucina | 28,5 | 29,5 | 31,0 | 1,5                      |
| Sport                         | 26,3 | 27,5 | 29,2 | 1,7                      |
| Scienza, medicina, tecnologia | 33,4 | 25,5 | 29,0 | 3,5                      |
| Cultura e spettacoli          | 24,8 | 23,9 | 27,0 | 3,1                      |
| Cronaca nera                  | 27,9 | 25,8 | 24,9 | -0,9                     |
| Cronaca rosa e gossip         | 18,2 | 18,1 | 15,9 | -2,2                     |
| Economia                      | 15,8 | 17,0 | 15,4 | -1,6                     |
| Politica estera               | 10,6 | 14,4 | 11,8 | -2,6                     |

Fonte: indagini Censis, 2021-2023

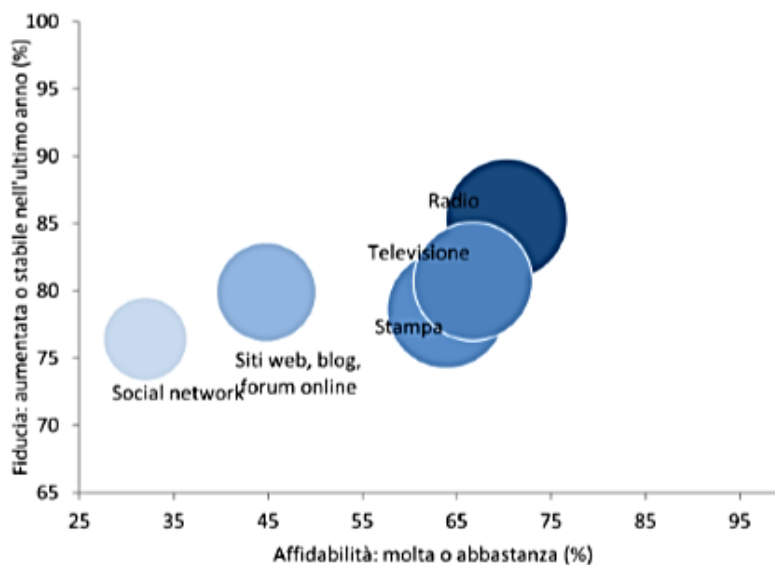
**Tab. 3 – Mezzi di informazione ritenuti affidabili (molto o abbastanza) (val. % e diff. %)**

|   | Popolazione totale |      |                      | Giovani (14-29 anni) |      |                      |
|---|--------------------|------|----------------------|----------------------|------|----------------------|
|   | 2022               | 2023 | Diff. %<br>2022-2023 | 2022                 | 2023 | Diff. %<br>2022-2023 |
| Radio   | 70,3               | 70,3 | 0,0                  | 67,1                 | 66,7 | -0,4                 |
| Televisione   | 68,0               | 66,7 | -1,3                 | 68,7                 | 71,4 | 2,7                  |
| Stampa<br>(compresi<br>i quotidiani<br>online)                        | 62,8               | 63,9 | 1,1                  | 61,6                 | 62,1 | 0,5                  |
| Siti web (esclu-<br>si i quotidiani<br>online), blog,<br>forum online | 42,5               | 44,8 | 2,3                  | 49,8                 | 56,4 | 6,6                  |
| Social network  | 30,4               | 32,0 | 1,6                  | 43,1                 | 43,8 | 0,7                  |

Fonte: indagini Censis, 2022 e 2023

La figura 4 illustra graficamente la relazione tra l'affidabilità dei media e l'evoluzione della fiducia del pubblico nell'ultimo anno. Emergono chiaramente due gruppi distinti: radio, televisione e stampa che mantengono una coerenza nelle loro posizioni, mentre si nota un significativo avvicinamento del web e dei social network a questo gruppo, indicando una netta riduzione della distanza tra di essi.

**Fig. 4 – Percezione dell'affidabilità dei mezzi d'informazione e andamento della fiducia dell'opinione pubblica negli ultimi 12 mesi (val. %)**



Fonte: indagine Censis 2023

Nella relazione del CENSIS si evidenzia una chiara ricerca di indipendenza e qualità nell'informazione, con una netta polarizzazione tra i media preferiti. Da un lato, c'è una preferenza per i media mainstream, associata a un desiderio di informazioni professionali e autorevoli. Dall'altro, vi è un gruppo che predilige un'informazione più diretta e priva di condizionamenti, anche se con il rischio di incorrere in notizie non verificate.

Un'ampia percentuale di coloro che non si fidano dei grandi media pensa che essi siano influenzati dalla politica (77,7%) o dagli interessi economici (72,3%). Il 68,0% ritiene che i grandi media rappresentino un pericolo per la democrazia. Un significativo 48,1% dichiara di fidarsi solo delle fonti non legate ai grandi media.

C'è una linea netta tra chi preferisce i nuovi media e chi si affida ai media tradizionali: il 47,6% ritiene positivo che chiunque possa produrre informazione tramite internet e i social media, anche se a rischio di fake news.

Chi preferisce i media tradizionali (74,6%) ritiene che l'informazione di qualità sia costosa e richieda verifica da parte di giornalisti professionisti. Il 73,4% ritiene che le opinioni degli esperti siano cruciali per interpretare le notizie. C'è una crescente sfiducia nella capacità di distinguere tra notizie vere e false (72,6%) e il 67,5% ritiene che l'eccesso di informazioni crei confusione nella vita quotidiana.

L'utilizzo dello smartphone per informarsi è diffuso (83,7% degli utenti), con alcuni che lo utilizzano per ricerche mirate (37,9%) e altri che leggono interi articoli (25,4%), mentre solo il 13,2% si limita ai titoli per mancanza di tempo e troppi contenuti da analizzare.

L'indagine sull'opinione degli italiani sull'Intelligenza Artificiale (IA) evidenzia una complessa gamma di sentimenti e preoccupazioni riguardo a questa tecnologia emergente. Nonostante il 74,0% ritenga che gli effetti dell'IA siano attualmente imprevedibili, vi è un acceso dibattito sulle sue potenziali implicazioni (tab. 7).

Una larga parte degli intervistati (73,2%) dubita che le macchine possano mai sviluppare un'intelligenza paragonabile a quella umana. Tuttavia, c'è una percezione diffusa (63,9%) che l'ampia diffusione dell'IA potrebbe minare l'empatia umana, dato l'aumento dell'interazione con dispositivi tecnologici.

Le preoccupazioni economiche sono rilevanti: il 72,5% teme un accentuarsi delle disuguaglianze economiche a causa dell'IA, mentre il 65,5% prevede una crisi occupazionale derivante dalla sostituzione degli esseri umani con computer e robot. Al contempo, il 43,0% auspica che l'IA possa generare nuove opportunità di lavoro in settori innovativi.

La sicurezza informatica e la privacy sono altri temi cruciali sollevati dall'indagine. La maggioranza (71,3%) esprime preoccupazione per il rischio crescente di cybercrime legato alla diffusione dell'IA. Inoltre, il 66,3% teme un eccessivo controllo degli algoritmi, prevedendo la perdita di privacy e il rischio di confusione tra informazioni veritiere e false (68,3%). Nonostante le apprensioni, più della metà degli intervistati (55,9%) si

attende miglioramenti nelle cure mediche grazie all'IA. Tuttavia, una minoranza significativa (41,0%) teme che l'ampio uso dell'IA possa ridurre l'impegno degli studenti nello studio.

In conclusione, l'opinione pubblica italiana riflette una complessa gamma di percezioni sull'IA, con un mix di speranze e timori per il suo impatto su economia, società e vita quotidiana. Questi risultati indicano la necessità di approfondire il dialogo e l'analisi critica per affrontare in modo efficace le sfide e le opportunità dell'Intelligenza Artificiale nel contesto italiano.

**Tab. 7 – Utenti d'accordo sulle seguenti affermazioni relative all'Intelligenza Artificiale, per sesso, età e livelli di istruzione (val. %)**

|  | Totale | Uomini | Donne | 14-29<br>anni | 30-44<br>anni | 45-64<br>anni | 65-80<br>anni | Meno<br>istruiti<br>(1) | Più<br>istruiti<br>(2) |
|--|--------|--------|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------|------------------------|
| Al momento gli effetti dell'Intelligenza Artificiale sono imprevedibili  | 74,0   | 74,3   | 73,7  | 66,2          | 77,4          | 74,6          | 76,6          | 68,7                    | 78,6                   |
| Le macchine non potranno mai sviluppare una vera forma di intelligenza come gli umani  | 73,2   | 72,5   | 73,9  | 69,1          | 75,0          | 72,1          | 77,1          | 68,6                    | 77,2                   |
| I ricchi saranno ancora più ricchi e i poveri saranno ancora più poveri  | 72,5   | 70,5   | 74,5  | 69,8          | 69,6          | 72,9          | 77,4          | 70,9                    | 74,0                   |
| Con la diffusione delle applicazioni di Intelligenza Artificiale aumenteranno i problemi di sicurezza per i sistemi informatici e i rischi di cybercrime | 71,3   | 69,5   | 73,0  | 65,3          | 73,2          | 71,0          | 75,3          | 66,1                    | 75,7                   |
| Aumenteranno le notizie non verificabili: non sapremo più distinguere il vero dal falso, con grandi rischi per le democrazie                             | 68,3   | 66,6   | 69,6  | 63,4          | 66,9          | 67,4          | 75,8          | 67,7                    | 68,8                   |
| Saremo tutti controllati dagli algoritmi, sarà la fine della privacy dei cittadini   | 66,3   | 66,1   | 66,5  | 60,7          | 67,8          | 66,9          | 68,9          | 63,9                    | 68,4                   |

(segue)

(segue dalla pagina precedente)

|  | Totale | Uomini | Donne | 14-29<br>anni | 30-44<br>anni | 45-64<br>anni | 65-80<br>anni | Meno<br>istruiti<br>(1) | Più<br>istruiti<br>(2) |
|--|--------|--------|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------|------------------------|
| Gli effetti sull'occupazione saranno disastrosi a causa della sostituzione degli esseri umani con computer e robot   | 65,5   | 62,3   | 68,7  | 59,1          | 71,7          | 63,8          | 68,4          | 64,8                    | 66,1                   |
| Sarà la fine dell'empatia umana a causa della crescente dipendenza dall'interazione con le macchine                  | 63,9   | 59,4   | 68,2  | 61,4          | 62,1          | 65,3          | 65,3          | 65,1                    | 62,8                   |
| Le cure per le malattie saranno più efficaci   | 55,9   | 57,4   | 54,5  | 60,1          | 58,1          | 52,8          | 55,5          | 49,8                    | 61,2                   |
| Si creeranno posti di lavoro in nuovi settori  | 43,0   | 49,5   | 36,7  | 47,3          | 40,0          | 43,0          | 42,3          | 34,2                    | 50,8                   |
| Utilizzando l'Intelligenza Artificiale, gli studenti smetteranno di studiare   | 41,0   | 41,5   | 40,5  | 35,9          | 43,6          | 40,5          | 44,1          | 39,1                    | 42,7                   |
| Grazie all'Intelligenza Artificiale potremo liberarci dai lavori ripetitivi e noiosi, favorendo le attività creative | 37,4   | 38,8   | 36,1  | 44,1          | 37,7          | 37,3          | 31,3          | 29,6                    | 44,3                   |
| Le città diventeranno più sicure   | 31,3   | 33,3   | 29,4  | 33,2          | 33,4          | 31,2          | 27,6          | 26,9                    | 35,1                   |

Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte

(1) Licenza elementare e media

(2) Diploma e laurea

Fonte: indagine Censis 2023



## *Criticità e spunti di riflessione*

Nel corso degli incontri con gli stakeholder sono emersi alcuni aspetti cruciali riguardanti l'uso delle tecnologie digitali e i loro impatti sulla società.

Uno dei punti più discussi è stato il ruolo dell'intelligenza artificiale nella creazione e diffusione di contenuti online. L'IA ha un'influenza significativa su questo processo, ma comporta anche rischi, come l'aumento della disinformazione e un appiattimento del contenuto informativo. La complessità delle tecnologie emergenti e il loro impatto sulla società necessitano di una maggiore comprensione.

È importante quindi sviluppare strumenti e strategie per monitorare e regolare l'uso dell'intelligenza artificiale nei media, garantendo che non comprometta la qualità dell'informazione e che promuova una maggiore trasparenza nei processi di selezione dei contenuti.

L'importanza dell'educazione e dell'informazione è stata un altro tema centrale. Per promuovere un uso consapevole della tecnologia tra i giovani, è stato sottolineato il ruolo fondamentale di genitori, scuole e istituzioni. Questi devono collaborare per fornire agli adolescenti le competenze necessarie per navigare in modo sicuro e responsabile nel mondo digitale. Si dovrebbero implementare buone pratiche e condividere regole sull'uso del digitale. È essenziale incoraggiare i giovani a utilizzare gli strumenti digitali in modo attivo, non solo come spettatori passivi di contenuti selezionati dagli algoritmi. In questo modo, i ragazzi possono sviluppare un pensiero critico, vedendo il digitale come una risorsa per raggiungere i propri obiettivi, piuttosto che accettare passivamente ciò che viene loro proposto.

È emerso un preoccupante impoverimento delle relazioni sociali e delle capacità cognitive ed espressive, insieme a una riduzione della percezione sensoriale. L'educazione familiare e scolastica riveste un ruolo cruciale nel guidare i giovani verso un uso consapevole della tecnologia, promuovendo attività che favoriscano la comunicazione e l'interazione sociale autentica. È fondamentale insegnare ai giovani come funzionano gli algoritmi per evitare che diventino "schiavi digitali" e per sviluppare un approccio critico all'uso della tecnologia. Le attività extracurricolari che incoraggiano l'interazione sociale diretta, come sport, arti e progetti collaborativi, sono particolarmente efficaci. Ad esempio, la realizzazione di cortometraggi può stimolare l'aggregazione tra i ragazzi, favorendo al contempo lo sviluppo di competenze critiche e creative. Promuovere queste attività può aiutare a bilanciare l'uso della tecnologia e contrastare la dipendenza digitale, offrendo alle giovani opportunità di crescita personale e di sviluppo delle proprie abilità sociali e cognitive.

Infine, è stata ribadita l'importanza della consapevolezza nell'uso dei social media per contrastare la diffusione di informazioni errate e manipolative. Un approccio consapevole ai social media implica riflessione critica, ricerca attiva di informazioni diverse e valutazione attenta della credibilità delle fonti. È importante mettere in discussione le proprie convinzioni per avere una visione più completa e bilanciata della realtà. Contrastare la "filter bubble" e la "echo chamber" – meccanismi che chiudono l'utente in un sistema informativo omogeneo – è fondamentale per migliorare la qualità dell'informazione. Seguendo pagine e account con idee diverse dalle proprie, si può esercitare il pensiero critico e sfidare gli algoritmi che propongono contenuti allineati ai nostri interessi.

In conclusione, è evidente l'urgenza di un approccio educativo e consapevole all'uso delle tecnologie digitali. Tutte le figure educative devono impegnarsi per formare giovani capaci di navigare il mondo digitale con coscienza e spirito critico. La formazione di competenze digitali avanzate e la promozione del pensiero critico sono elementi chiave per affrontare le sfide poste dalle tecnologie emergenti e garantire un uso sano e produttivo degli strumenti digitali.

## FASE 2 - Indagini sull'utilizzo dei social media da parte dei giovani

Output: risultati dell'indagine e analisi dei dati



Consiglio regionale della Calabria



CO  
RE  
COM  
CALABRIA  
COMITATO REGIONALE  
PER LE COMUNICAZIONI

PERFORMANCE anno 2024

“Effetti delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione: strumenti di tutela per i minori e azioni per accrescere il pensiero critico e favorire la diversità di opinioni”

FASE 2 OUTPUT **Risultati dell'indagine e analisi dei dati**



Consiglio regionale della Calabria



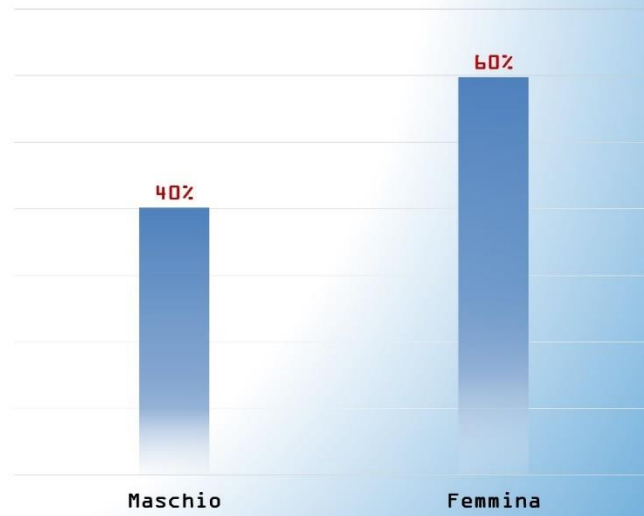
CO  
RE  
COM  
CALABRIA  
COMITATO REGIONALE  
PER LE COMUNICAZIONI

# L'USO DEI SOCIAL MEDIA E IL PENSIERO CRITICO NELLE SCUOLE CALABRESI



### 3. SESSO

1022 risposte inviate



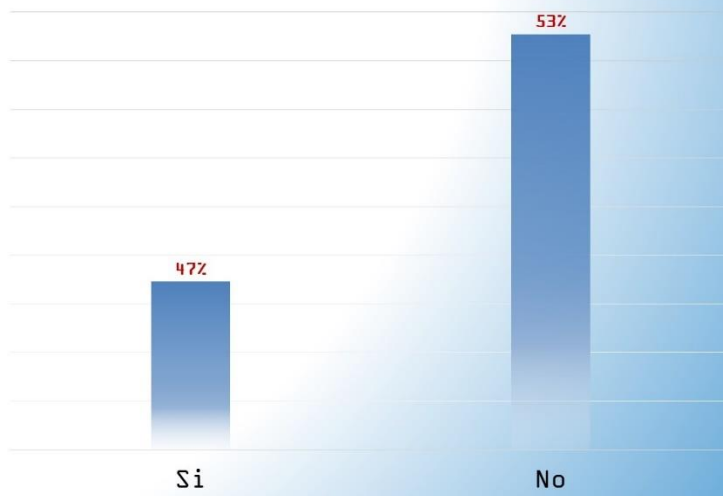
### 4. CHE COSA PENSI DELL'AMICIZIA?

1022 risposte inviate



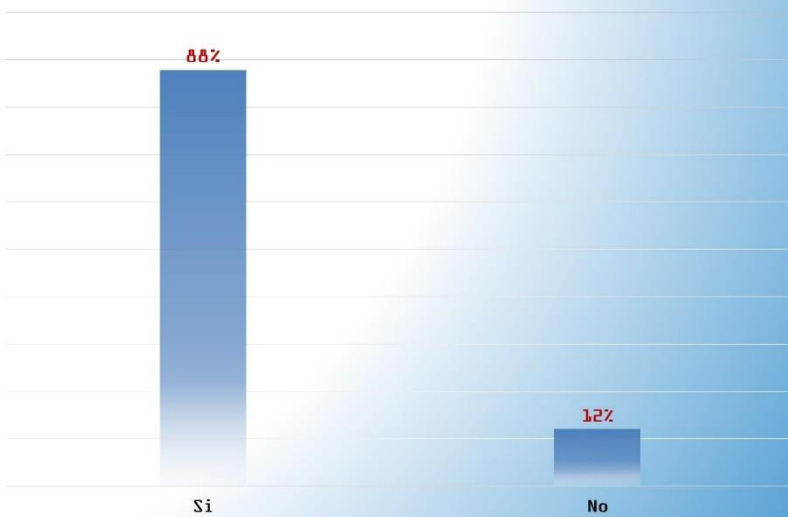
5. FREQUENTI ASSOCIAZIONI DI TIPO SPORTIVO,  
MUSICALI, RELIGIOSE?

1022 risposte inviate



6. HAI UN GRUPPO DI AMICI CON CUI TI VEDI REGOLRMENTE?

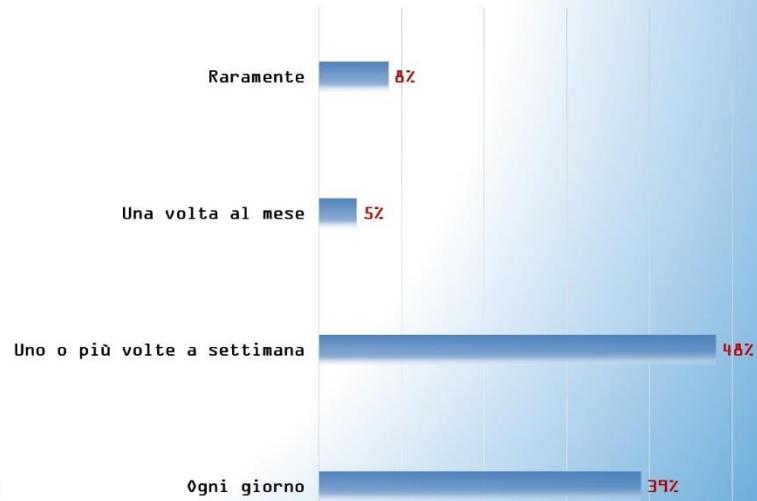
1022 risposte inviate





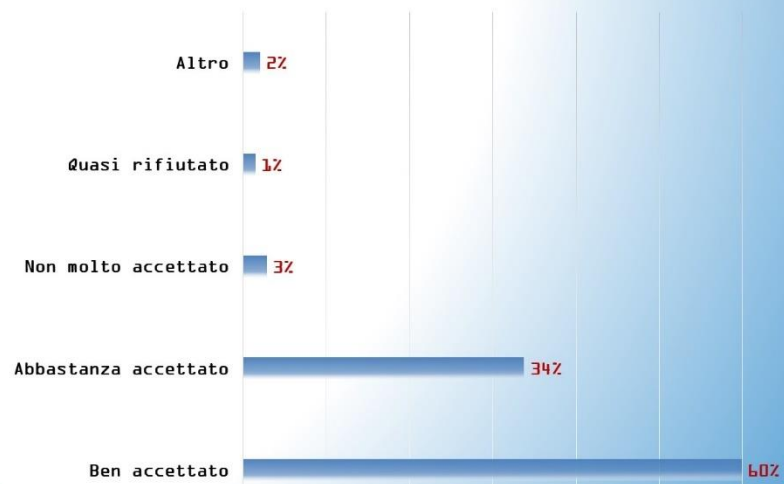
## 7. OGNI QUANTO TEMPO TI INCONTRI (MEDIAMENTE) CON LORO?

1022 risposte inviate



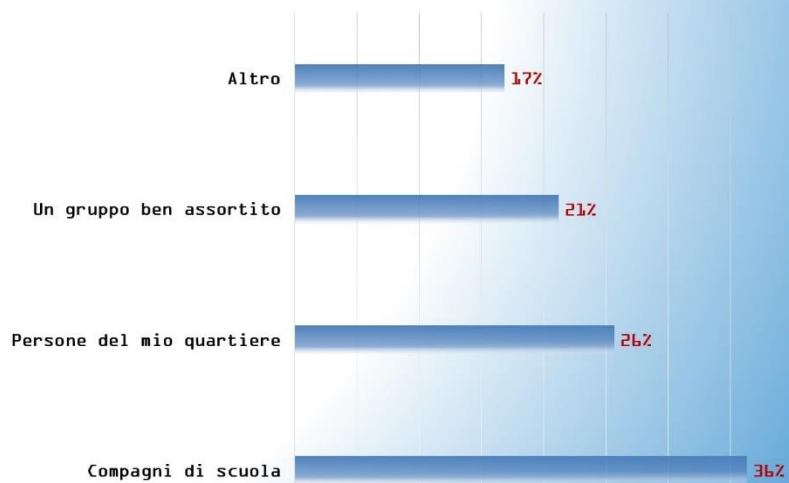
## 8. NELLA TUA COMPAGNIA TI SENTI:

1022 risposte inviate



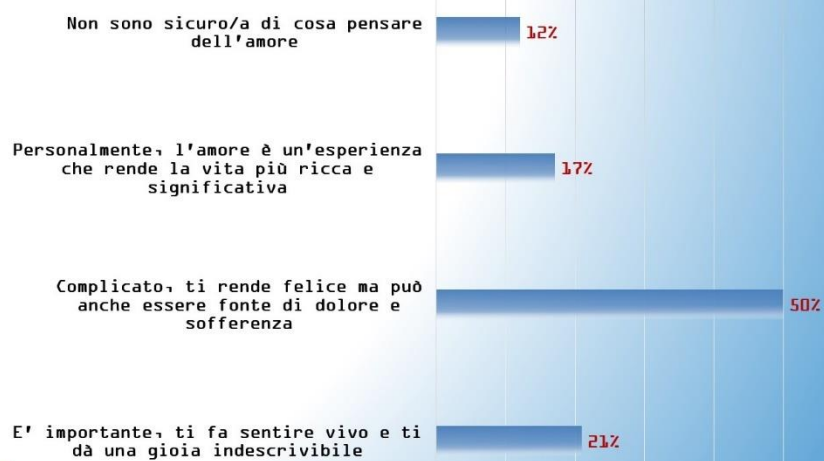
## 9. CHI SONO I TUOI AMICI?

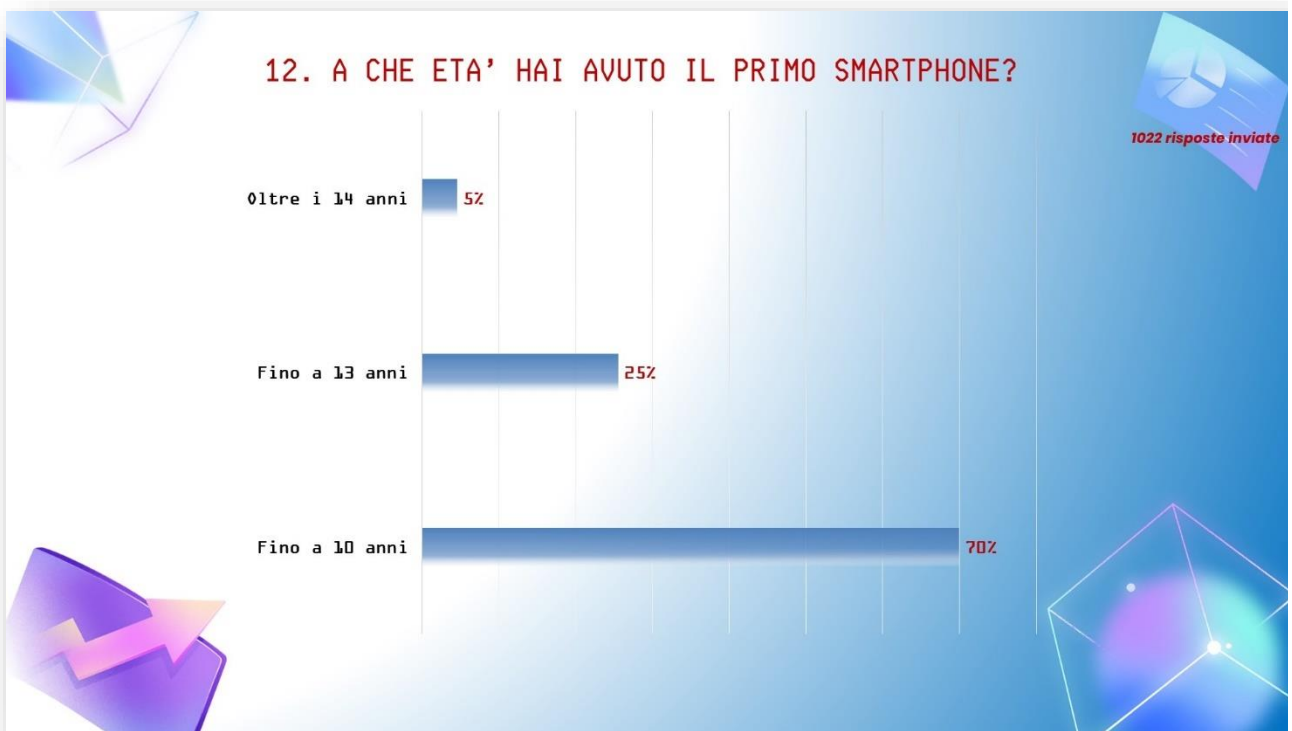
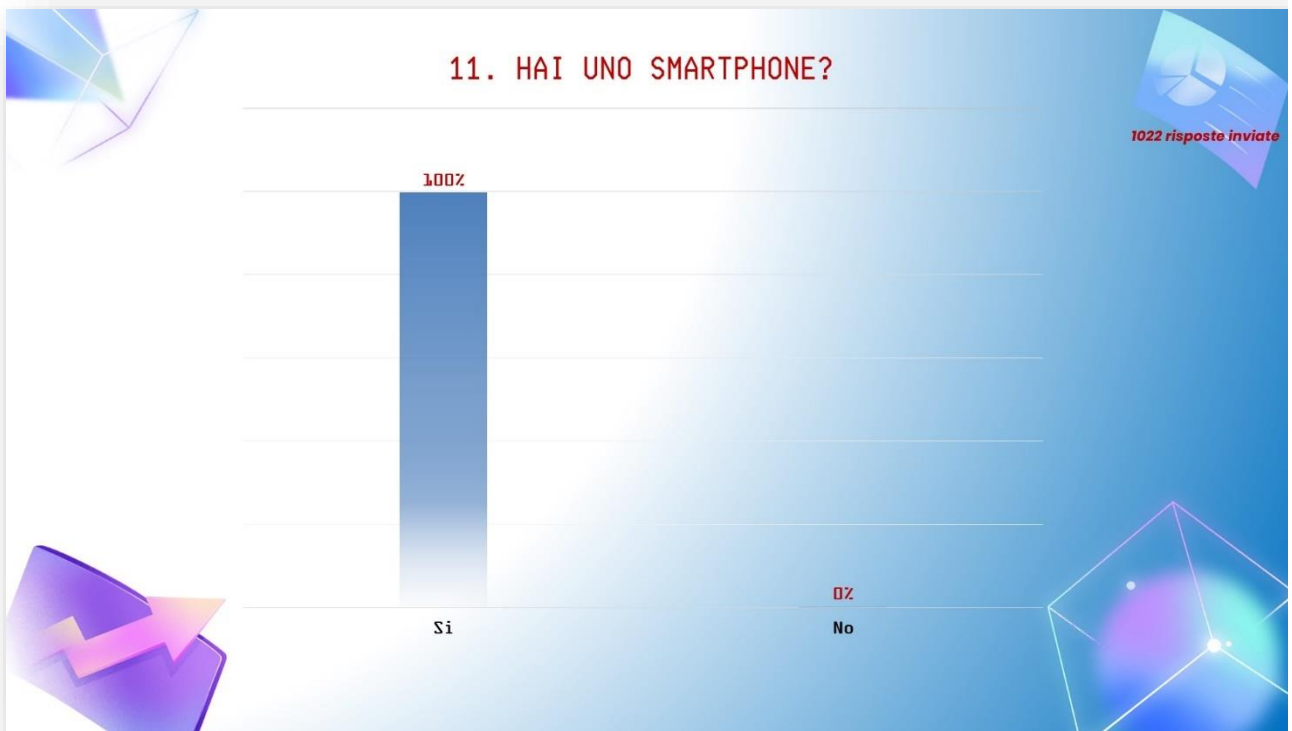
1022 risposte inviate



## 10. CHE COSA PENSI DELL'AMORE?

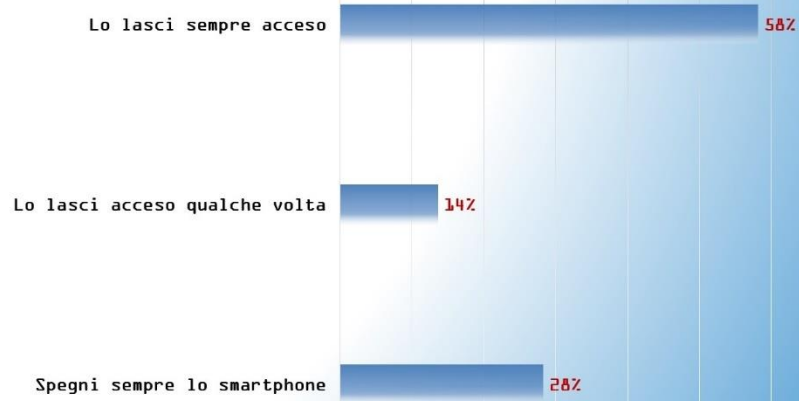
1022 risposte inviate





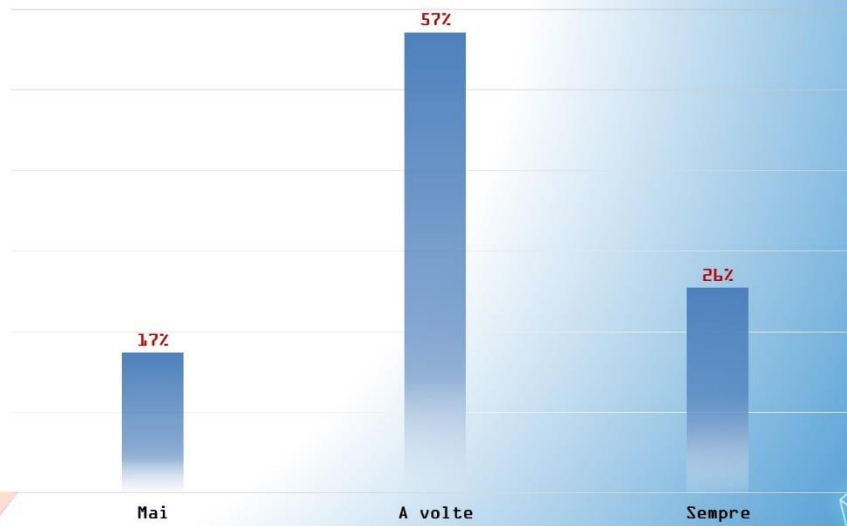
### 13. PRIMA DI ANDARE A DORMIRE:

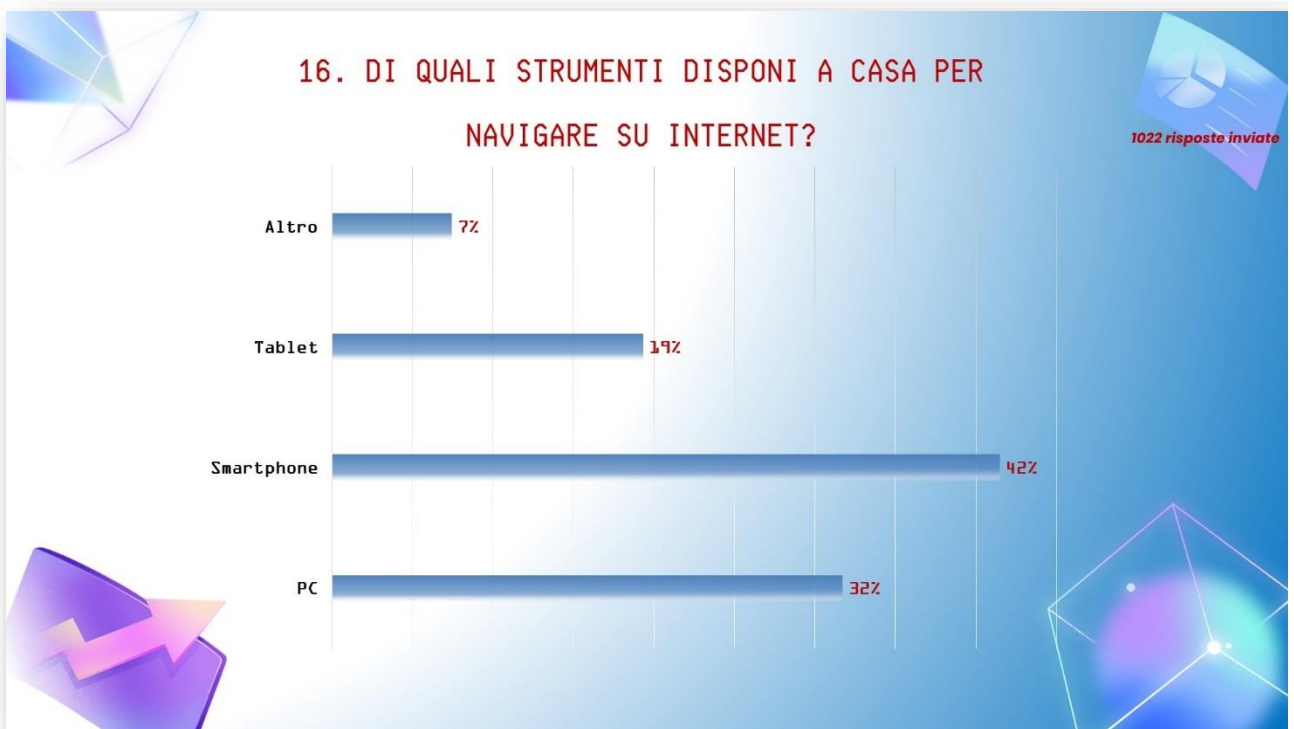
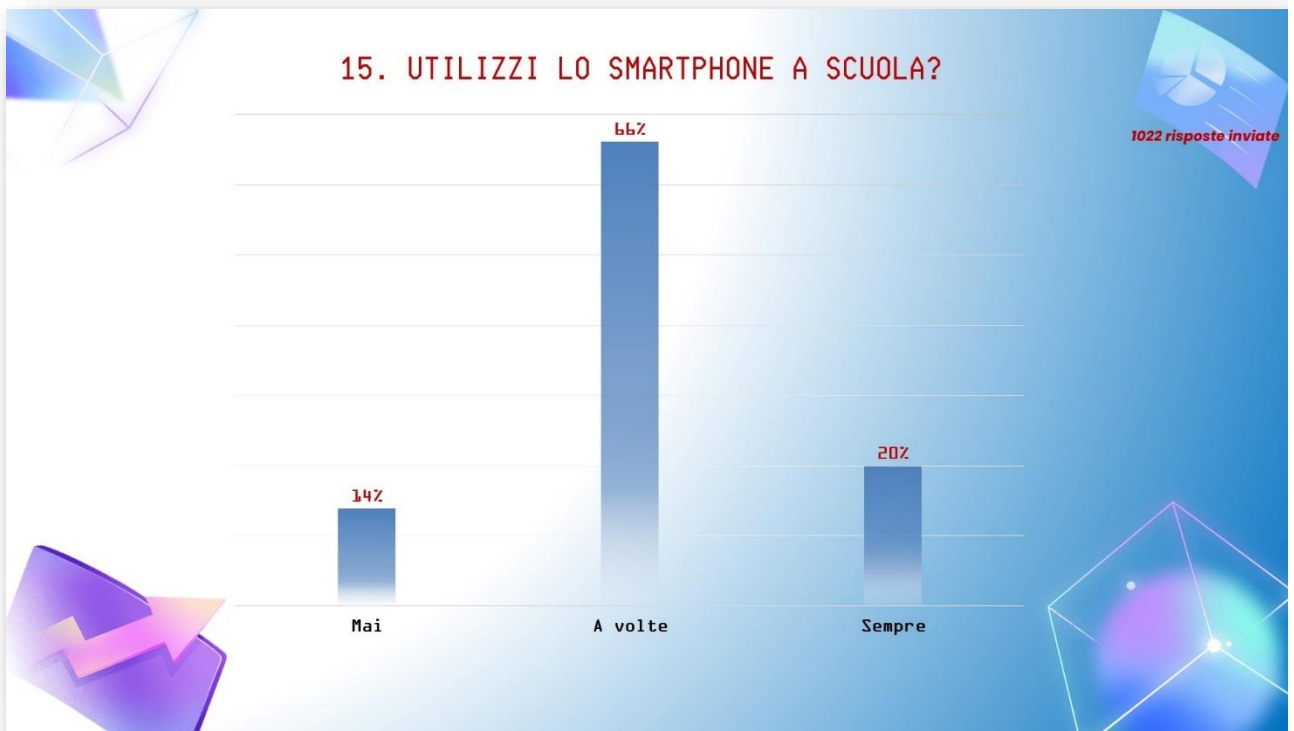
1022 risposte inviate



### 14. UTILIZZI LO SMARTPHONE DI NOTTE?

1022 risposte inviate

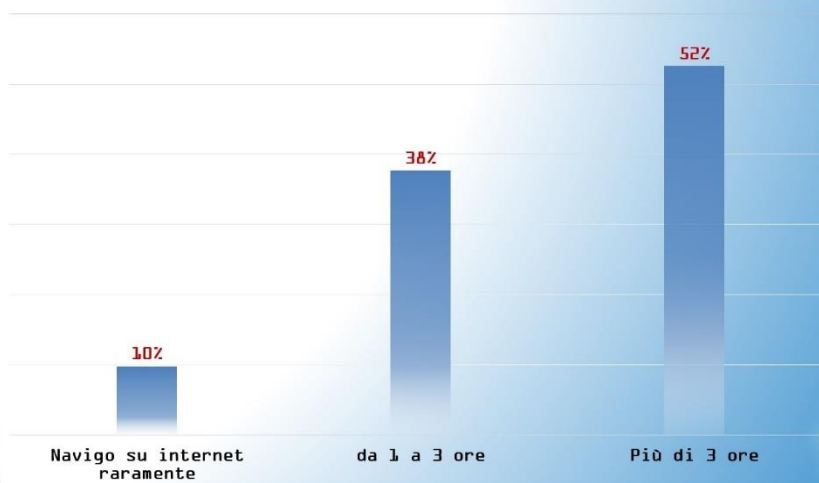






### 17. QUANTO TEMPO IN UN GIORNO TRASCORRI NAVIGNADO SU INTERNET?

1022 risposte inviate



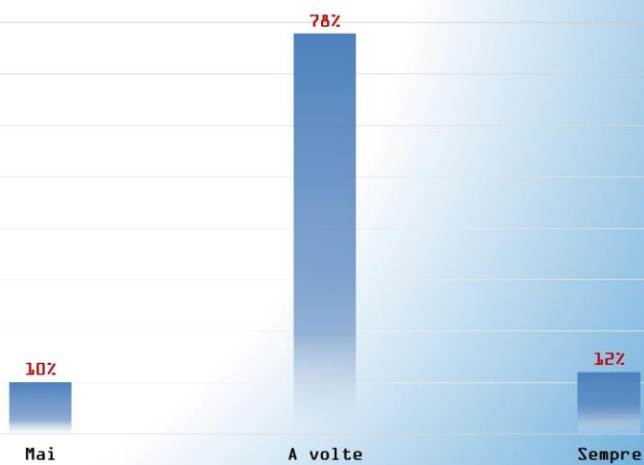
### 18. PER COSA UTILIZZI PREVALENTEMENTE INTERNET?

1022 risposte inviate



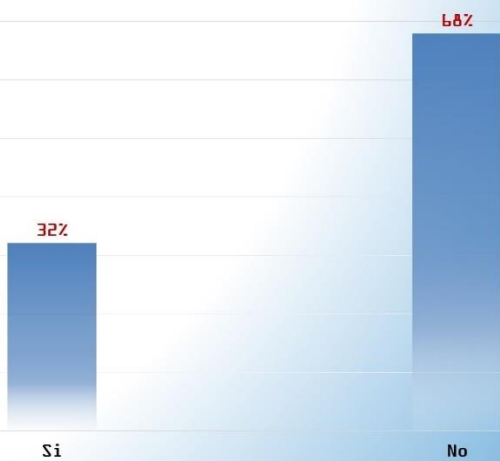
### 19. UTILIZZI INTERNET IN COMPAGNIA DI PARENTI E AMICI?

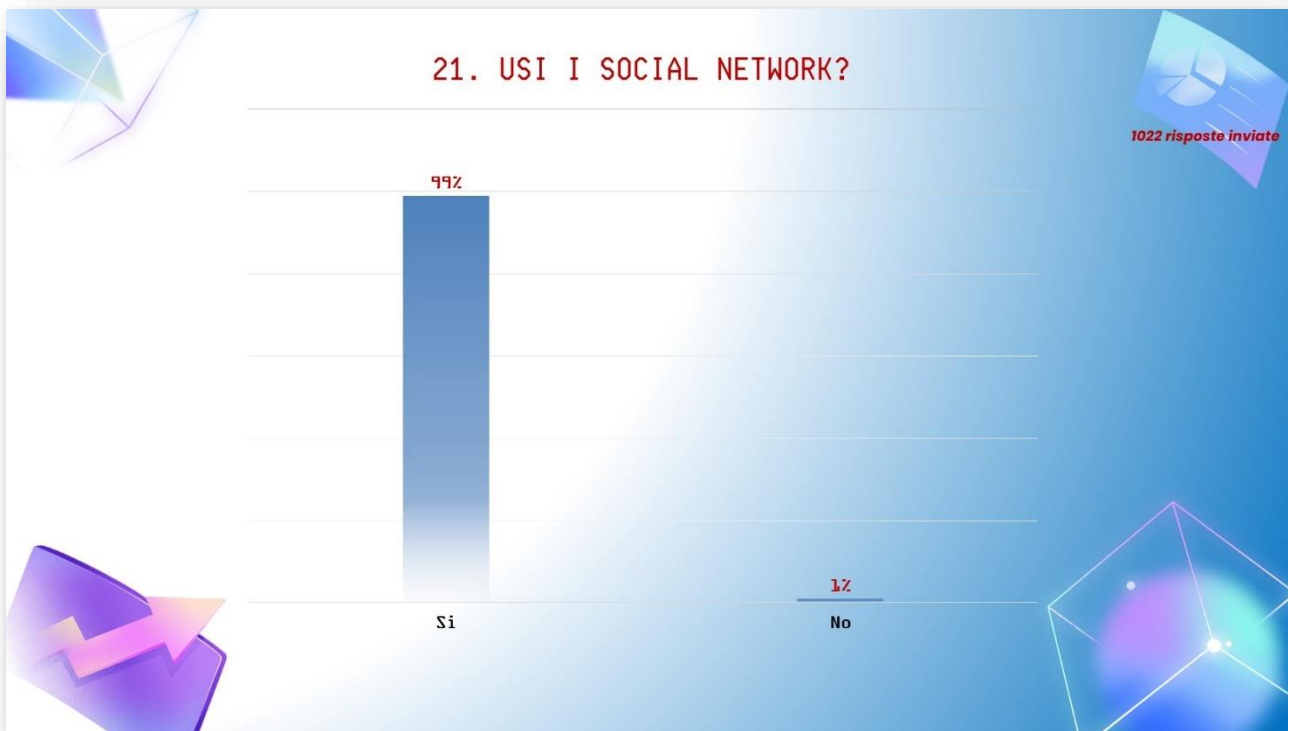
1022 risposte inviate



### 20. VAI NEL PANICO QUANDO NON PUOI CONNETTERTI A INTERNET?

1022 risposte inviate





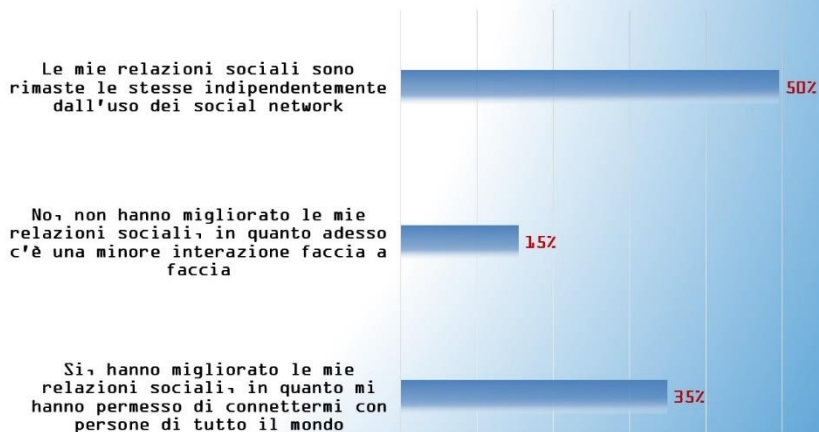
### 23. E' IMPORTANTE L'USO DEI SOCIAL PER FAR VIVERE LE TUE EMOZIONI?

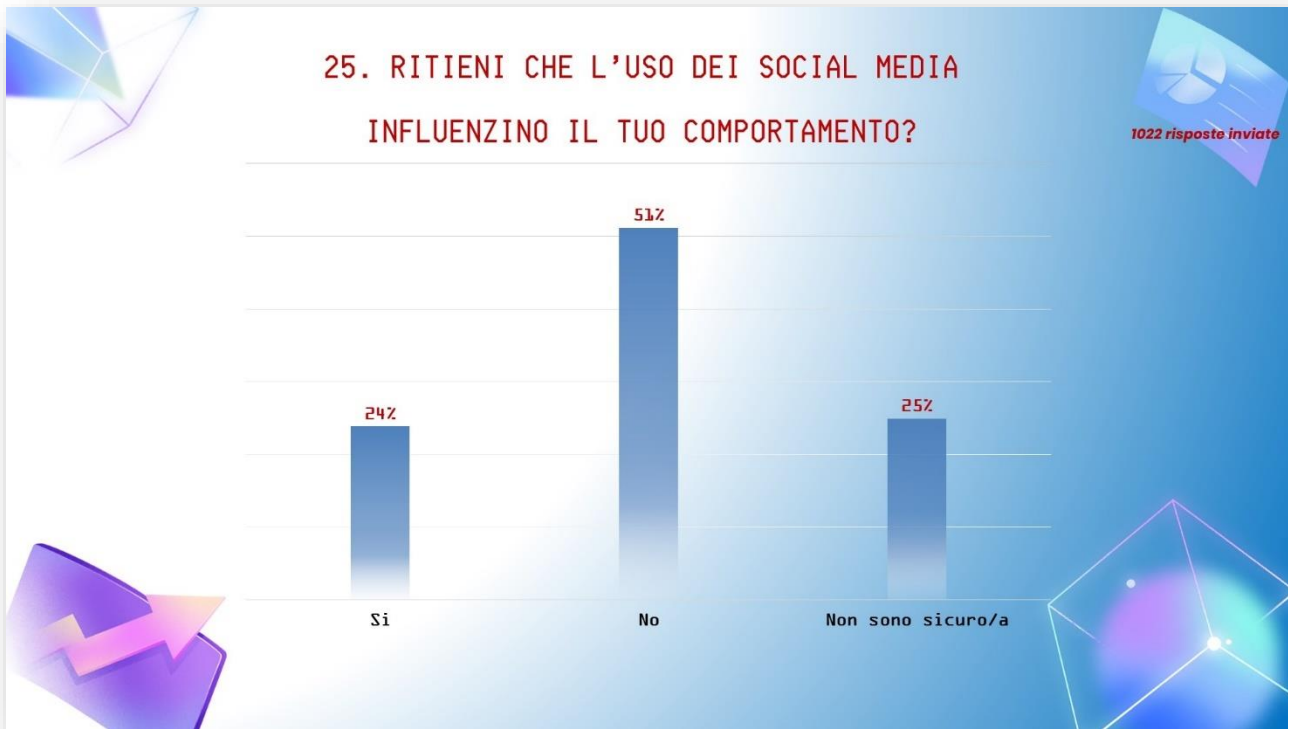
1022 risposte inviate



### 24. RITIENI CHE I SOCIAL NETWORK ABBIANO MIGLIORATO LE TUE RELAZIONI?

1022 risposte inviate

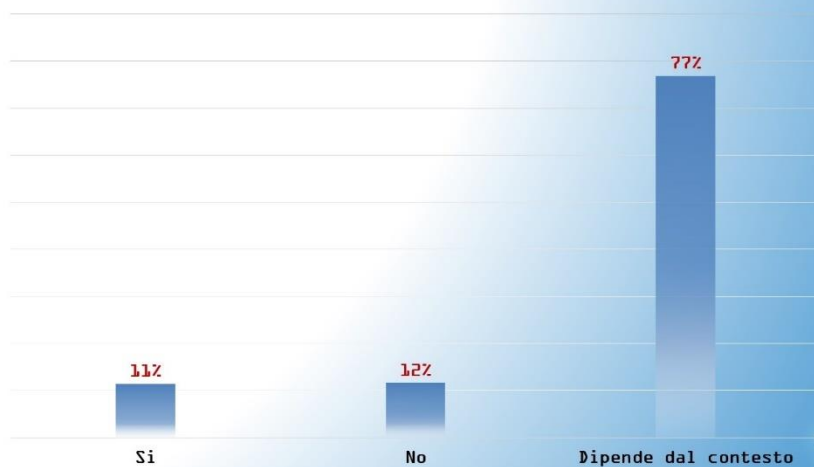






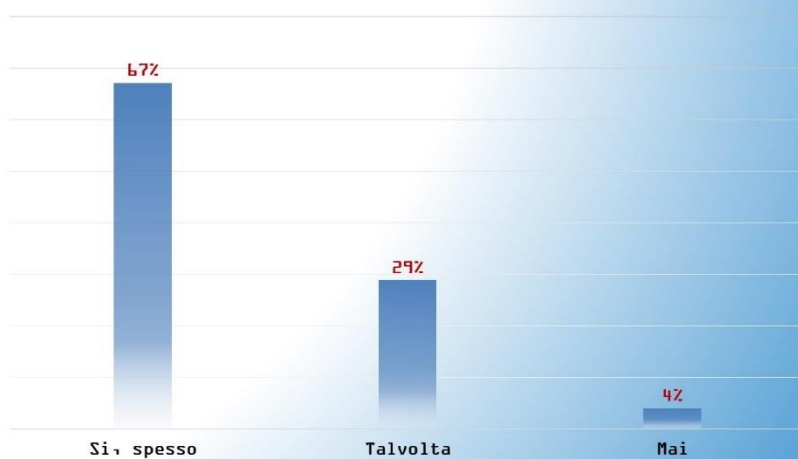
27. CREDI CHE I SOCIAL MEDIA SIANO UNA FONTE AFFIDABILE DI INFORMAZIONI?

1022 risposte inviate



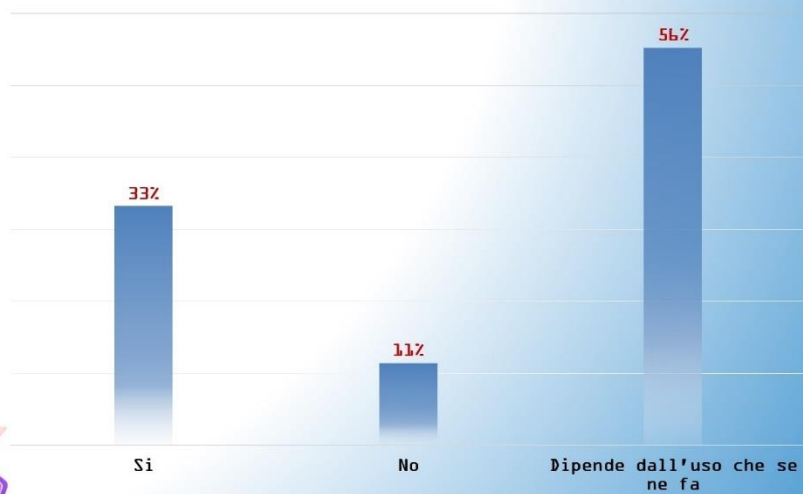
28. HAI MAI NOTATO LA DIFFUSIONE DI INFORMAZIONI FALSE O FUORVIANTI SUI SOCIAL MEDIA?

1022 risposte inviate



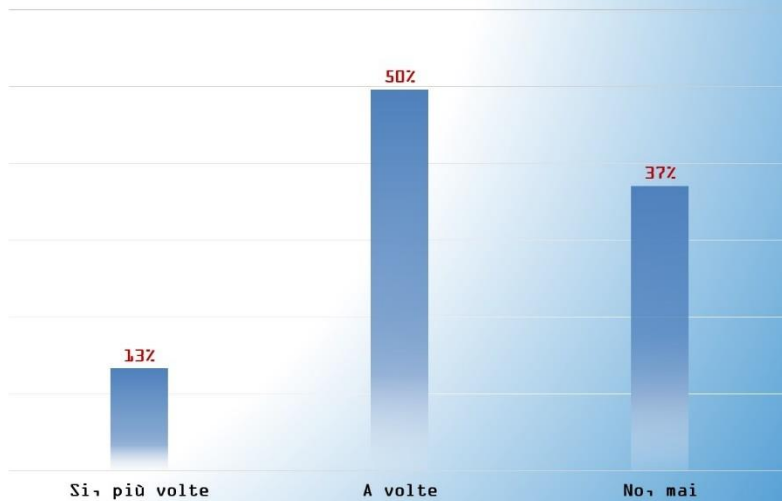
29. CREDI CHE L'USO DEI SOCIAL MEDIA POSSA MIGLIORARE LA TUA CAPACITA' DI CONFRONTARTI CON PUNTI DI VISTA DIVERSI?

1022 risposte inviate



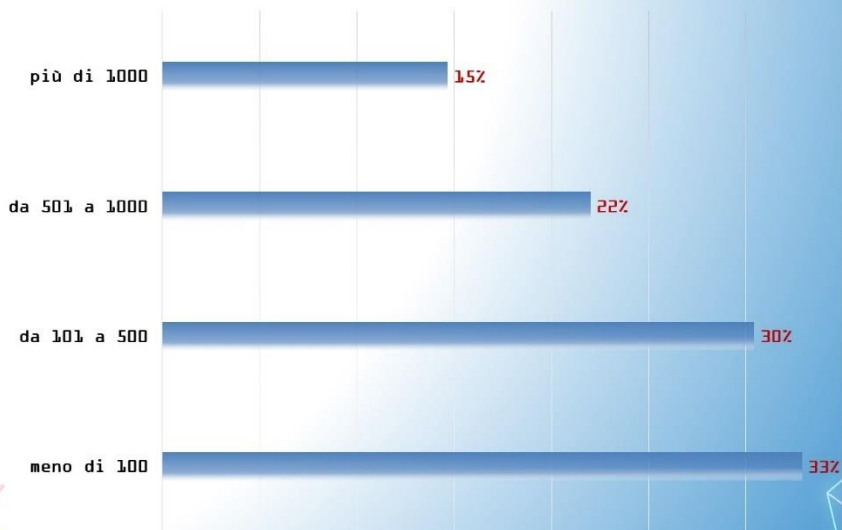
30. HAI MAI CAMBIATO LA TUA OPINIONE SU QUALCOSA A CAUSA DI UN CONFRONTO CON UNA PERSONA SUI SOCIAL MEDIA?

1022 risposte inviate



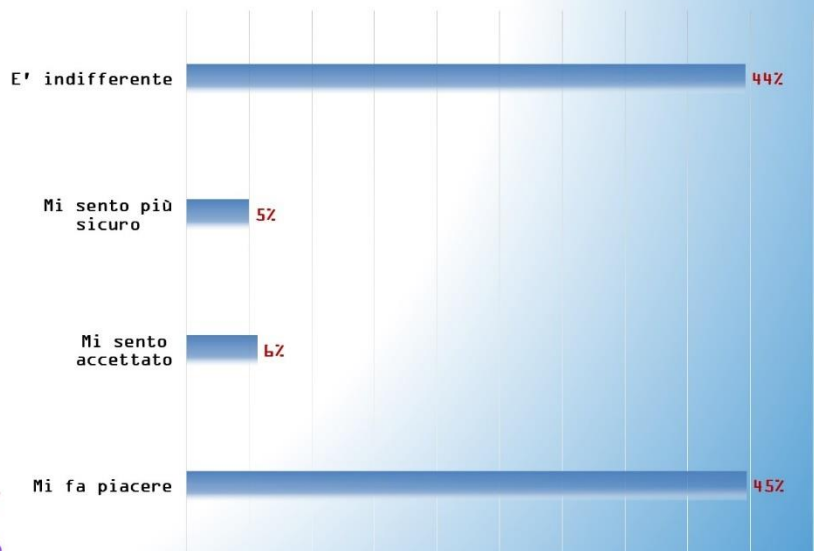
### 31. QUANTI AMICI HAI SUI SOCIAL?

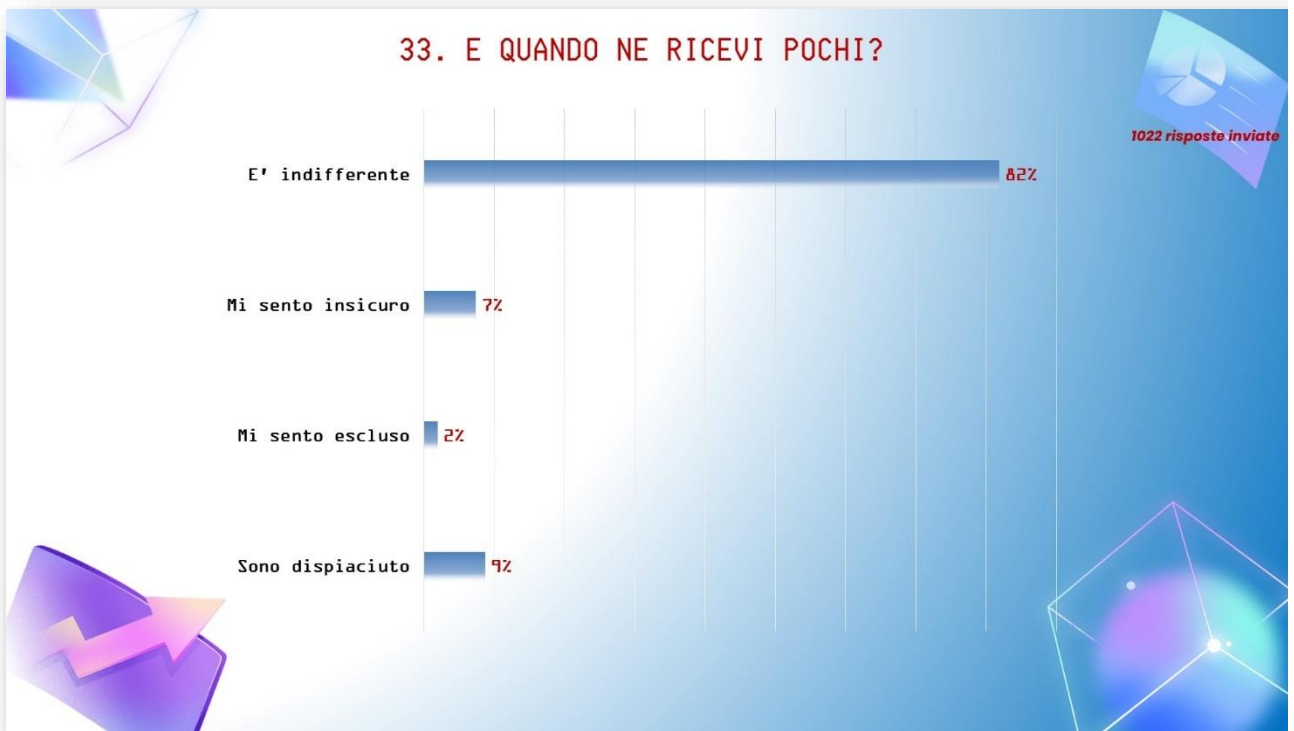
1022 risposte inviate



### 32. CHE COSA PROVI QUANDO RICEVI MOLTI LIKE?

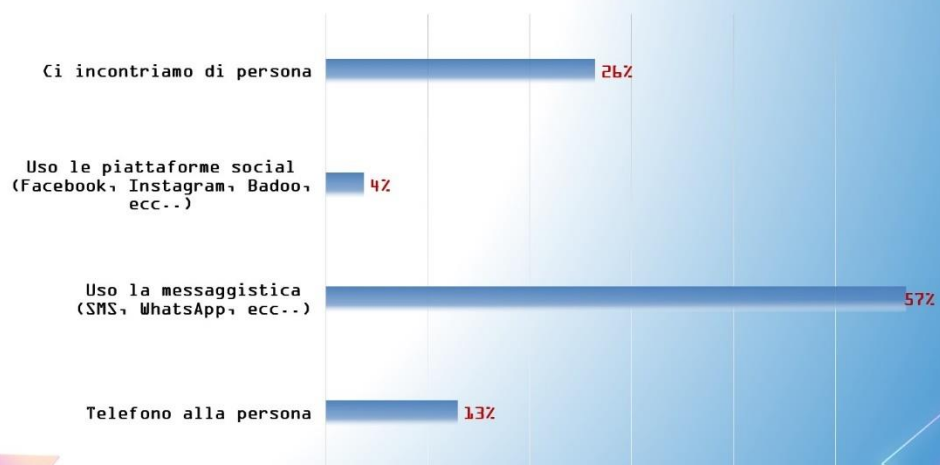
1022 risposte inviate





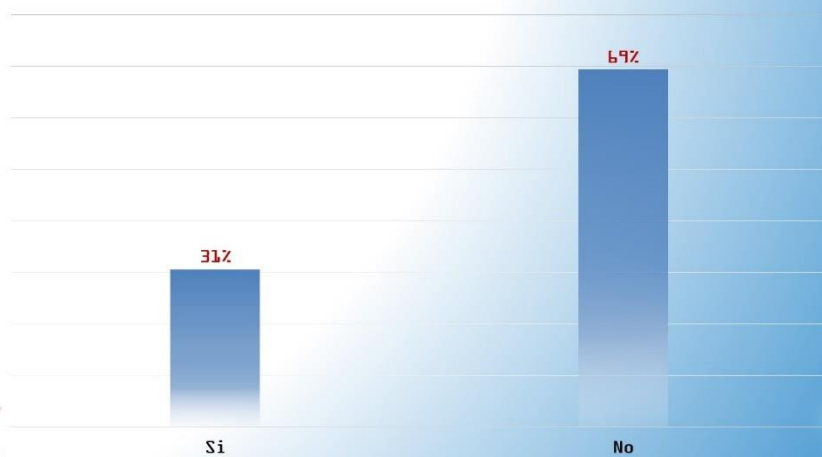
### 35. QUANDO VUOI CHIACCHERARE CON QUALCUNO CHE COSA FAI?

1022 risposte inviate



### 36. TI CAPITA DI CHATTARE CON UN'IDENTITA' DIVERSA DA QUELLA REALE CON NOME, ETA', SESSO, DIVERSI DAL TUO?

1022 risposte inviate





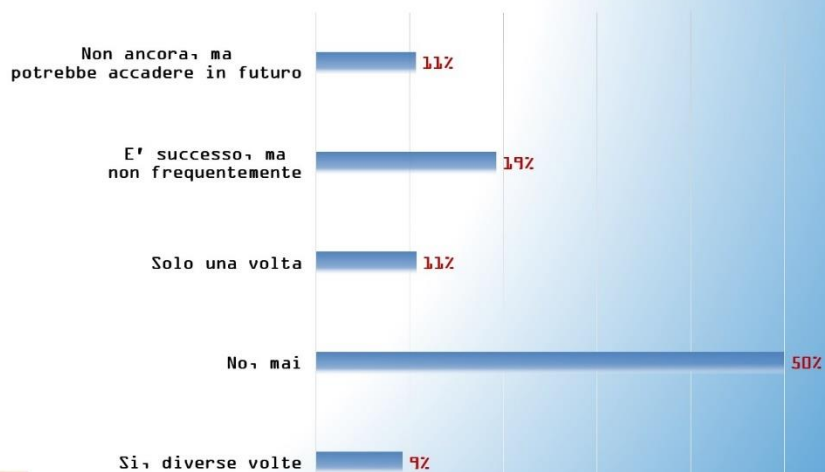
### 37. HAI MAI INCONTRATO NELLA VITA REALE QUALCUNO CHE HAI CONOSCIUTO SUI SOCIAL?

1022 risposte inviate



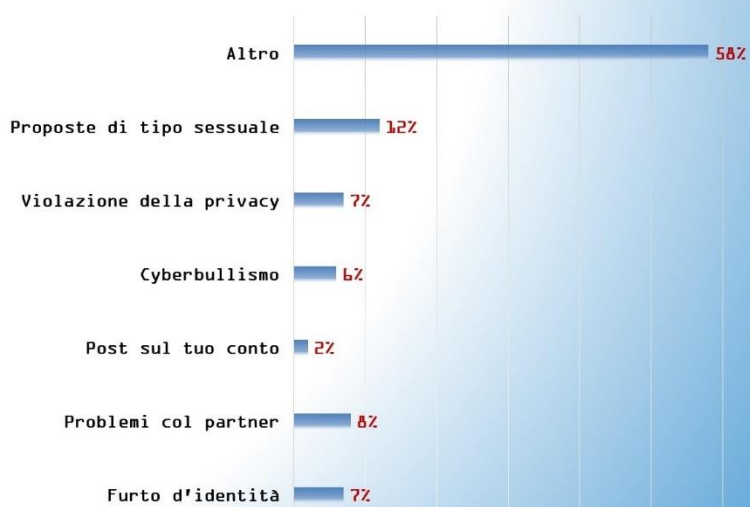
### 38. TI SONO CAPITATI DEGLI EVENTI SPIACEVOLI SUI SOCIAL?

1022 risposte inviate



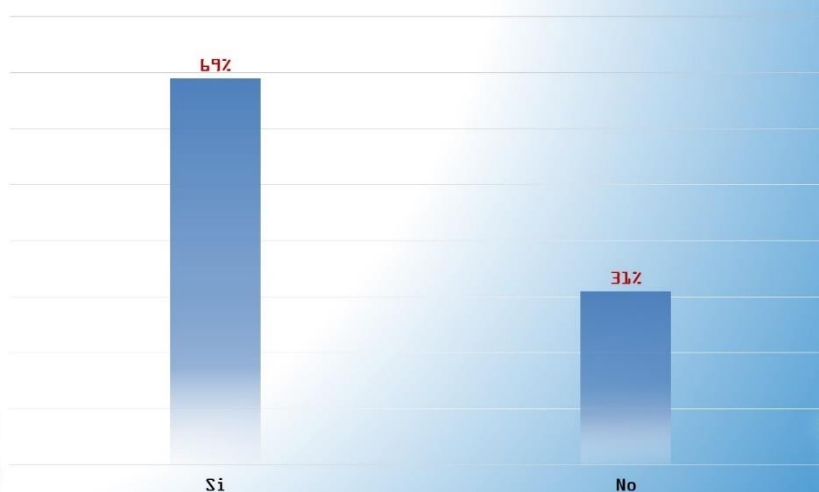
### 39. SE SI QUALI?

1022 risposte inviate



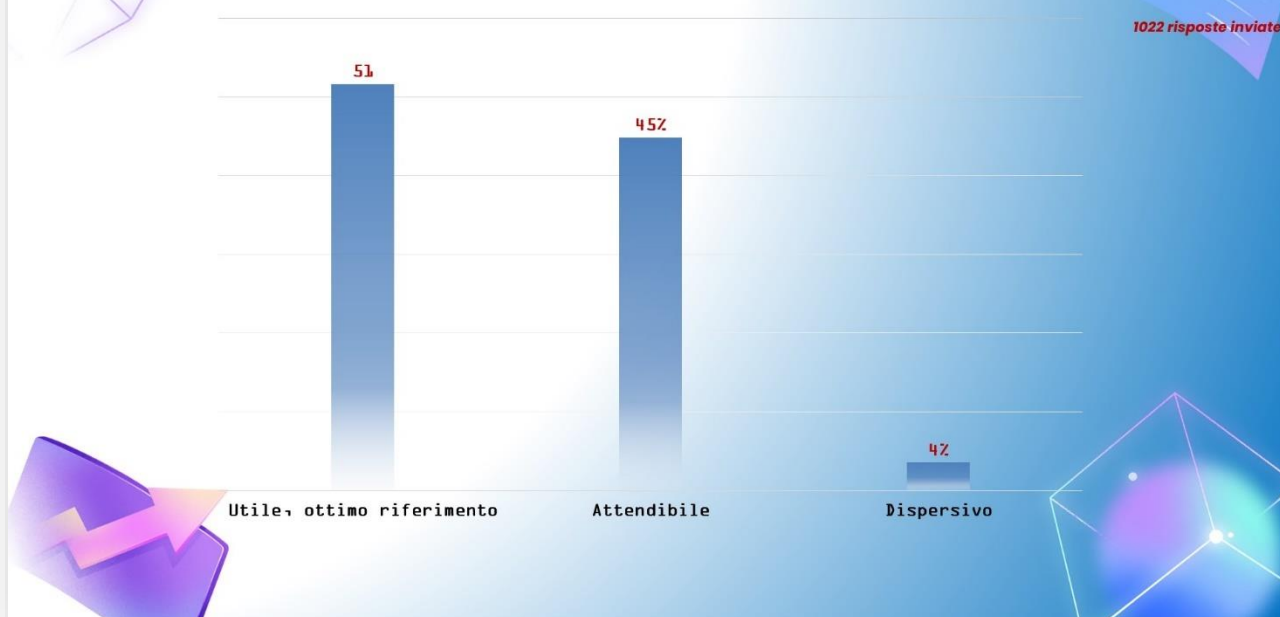
### 40. CREDI CHE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE POSSA ESSERE USATA COME STRUMENTO EDUCATIVO NELLE SCUOLE?

1022 risposte inviate



## 41. SE SÌ, ESPRIMI UN GIUDIZIO

1022 risposte inviate





\* Obbligatoria

1. Istituto scolastico \*

2. Quanti anni hai? \*

3. Sesso \*

Maschio

Femmina

4. Che cosa pensi dell'amicizia? \*

- L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo
- Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita
- Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze
- Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a

5. **Frequenti Associazioni di tipo sportivo, musicali, religiose? \***

- Sì
- No

6. **Hai un gruppo di amici con cui ti vedi regolarmente? \***

- Sì
- No

7. **Ogni quanto tempo ti incontri (mediamente) con loro? \***

- Ogni giorno
- Uno o più volte a settimana
- Una volta al mese
- Raramente

8. **Nella tua compagnia ti senti: \***

- Ben accettato
- Abbastanza accettato
- Non molto accettato
- Quasi rifiutato
- Altro

9. **Chi sono i tuoi amici? (è possibile più di una risposta) \***

- Compagni di scuola
- Persone del mio quartiere
- Un gruppo ben assortito
- Altro



**10. Che cosa pensi dell'amore? \***

- E' importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile
- Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza
- Personalmente, l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa
- Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore

**11. Hai uno smartphone? \***

- Sì
- No

**12. A che età hai avuto il primo smartphone? \***

- Fino a 10 anni
- Fino a 13 anni
- Oltre i 14 anni

**13. Prima di andare a dormire: \***

- Spegni sempre lo smartphone
- Lo lasci acceso qualche volta
- Lo lasci sempre acceso

**14. Utilizzi lo smartphone di notte? \***

- Mai
- A volte
- Sempre

**15. Utilizzi lo smartphone a scuola? \***

- Mai
- A volte
- Sempre

16. **Di quali strumenti disponi a casa per navigare su Internet?** (è possibile più di una risposta) \*

- PC
- Smartphone
- Tablet
- Altro

17. **Quanto tempo in un giorno trascorri navigando su Internet?** \*

- Navigo su internet raramente
- da 1 a 3 ore
- Più di 3 ore

18. **Per cosa utilizzi prevalentemente Internet?** \*

- Social Media
- Studio
- Film/musica
- Altro

19. **Utilizzi Internet in compagnia di parenti e amici?** \*

- Mai
- A volte
- Sempre

20. **Vai nel panico quando non puoi connetterti a Internet?** \*

- Sì
- No

21. **Usi i Social Network?**

- Sì
- No

22. **Se Sì, quali** (è possibile anche più di una risposta) \*

- Facebook
- Instagram
- TikTok
- Twitter
- Youtube
- Snapchat
- Altro

23. **È importante l'uso dei Social per far vivere le tue relazioni?** \*

- Sì
- No

24. **Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?** \*

- Sì, hanno migliorato le mie relazioni sociali, in quanto mi hanno permesso di connettermi con persone di tutto il mondo
- No, non hanno migliorato le mie relazioni sociali, in quanto adesso c'è una minore interazione faccia a faccia
- Le mie relazioni sociali sono rimaste le stesse indipendentemente dall'uso dei social network

25. **Ritieni che l'uso dei Social Media influenzino il tuo comportamento?** \*

- Sì
- No
- Non sono sicuro/a

26. **Hai mai modificato il tuo comportamento a causa di ciò che hai visto o letto sui Social Media?** \*

- Sì, più volte
- A volte
- Mai

27. **Credi che i Social Media siano una fonte affidabile di informazioni? \***

- Sì
- No
- Dipende dal contesto

28. **Hai mai notato la diffusione di informazioni false o fuorvianti sui Social Media? \***

- Sì spesso
- Talvolta
- Mai

29. **Credi che l'uso dei Social Media possa migliorare la tua capacità di confrontarti con punti di vista diversi? \***

- Sì
- No
- Dipende dall'uso che se ne fa

30. **Hai mai cambiato la tua opinione su qual cosa a causa di un confronto con una persona sui Social Media? \***

- Sì più volte
- A volte
- No, mai

31. **Quanti amici hai sui Social? \***

- meno di 100
- da 101 a 500
- da 501 a 1000
- più di 1000

32. **Che cosa provi quando ricevi molti like? \***

- Mi fa piacere
- Mi sento accettato
- Mi sento più sicuro
- E' indifferente

33. **E quando ne ricevi pochi? \***

- Sono dispiaciuto
- Mi sento escluso
- Mi sento insicuro
- E' indifferente

34. **Hai mai chattato su Badoo, Reddit, Tinder o altre Community?**

- Sì
- No

35. **Quando vuoi chiacchierare con qualcuno che cosa fai? \***

- Telefono alla persona
- Uso la messaggistica (SMS, WhatsApp, ecc.)
- Uso le piattaforme social (Facebook, Instagram, Badoo, ecc.)
- Ci incontriamo di persona

36. **Ti capita di chattare con un'identità diversa da quella reale con nome, età, sesso, diversi dal tuo? \***

- Sì
- No

37. **Hai mai incontrato nella vita reale qualcuno che hai conosciuto sui Social? \***

- Sì, diverse volte
- No, mai
- Solo una volta
- È successo, ma non frequentemente
- Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro

38. **Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social? \***

- Sì, diverse volte
- No, mai
- Solo una volta
- È successo, ma non frequentemente
- Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro

39. **Se sì, quali? (è possibile più di una risposta) \***

- Furto d'identità
- Problemi col partner
- Post sul tuo conto
- Cyberbullismo
- Violazione della privacy
- Proposte di tipo sessuale
- Altro

40. **Credi che l'Intelligenza Artificiale possa essere usata come strumento educativo nelle scuole? \***

- Sì
- No



**41. Se sì, esprimi un giudizio \***

- Utile, ottimo riferimento
- Attendibile
- Dispensivo

---

Questo contenuto non è stato creato né approvato da Microsoft. I dati che invii verranno recapitati al proprietario del modulo.

 Microsoft Forms

## Analisi delle domande

|  |             |     |
|--|-------------|-----|
| <b>1. Istituto scolastico</b>  |             |     |
| <b>2. Quanti anni hai?</b>   |             |     |
| <b>3. Sesso</b>  | <b>1022</b> |     |
| Maschio  | 411         | 40% |
| Femmina  | 611         | 60% |
| <b>4. Che cosa pensi dell'amicizia?</b>                                      | <b>1022</b> |     |
| L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo                       | 631         | 62% |
| Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita                   | 284         | 28% |
| Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze            | 86          | 8%  |
| Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a               | 21          | 2%  |
| <b>5. Frequenti Associazioni di tipo sportivo, musicali, religiose?</b>      | <b>1022</b> |     |
| Si   | 485         | 47% |
| No   | 537         | 53% |
| <b>6. Hai un gruppo di amici con cui ti vedi regolarmente?</b>               | <b>1022</b> |     |
| Si   | 898         | 88% |
| No   | 124         | 12% |
| <b>7. Ogni quanto tempo ti incontri (mediamente) con loro?</b>               | <b>1022</b> |     |
| Ogni giorno  | 398         | 39% |
| Uno o più volte a settimana  | 491         | 48% |
| Una volta al mese  | 47          | 5%  |
| Raramente  | 86          | 8%  |
| <b>8. Nella tua compagnia ti senti:</b>                                      | <b>1022</b> |     |
| Ben accettato  | 612         | 60% |
| Abbastanza accettato   | 345         | 34% |
| Non molto accettato  | 29          | 3%  |
| Quasi rifiutato  | 15          | 1%  |
| Altro  | 21          | 2%  |
| <b>9. Chi sono i tuoi amici? (è possibile più di una risposta)</b>           | <b>1614</b> |     |
| Compagni di scuola   | 586         | 36% |
| Persone del mio quartiere  | 414         | 26% |
| Un gruppo ben assortito  | 342         | 21% |
| Altro  | 272         | 17% |
| <b>10. Che cosa pensi dell'amore?</b>  | <b>1022</b> |     |
| E' importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile           | 214         | 21% |
| Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza | 510         | 50% |

|  |             |      |
|--|-------------|------|
| Personalmente, l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa                       | 175         | 17%  |
| Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore   | 123         | 12%  |
| <b>11. Hai uno smartphone?</b>   | <b>1022</b> |      |
| Si   | 1019        | 100% |
| No   | 3           | 0%   |
| <b>12. A che età hai avuto il primo smartphone?</b>  | <b>1022</b> |      |
| Fino a 10 anni   | 715         | 70%  |
| Fino a 13 anni   | 261         | 25%  |
| Oltre i 14 anni  | 46          | 5%   |
| <b>13. Prima di andare a dormire:</b>  | <b>1022</b> |      |
| Spegni sempre lo smartphone  | 289         | 28%  |
| Lo lasci acceso qualche volta  | 139         | 14%  |
| Lo lasci sempre acceso   | 594         | 58%  |
| <b>14. Utilizzi lo smartphone di notte?</b>  | <b>1022</b> |      |
| Mai  | 178         | 17%  |
| A volte  | 584         | 57%  |
| Sempre   | 260         | 26%  |
| <b>15. Utilizzi lo smartphone a scuola?</b>  | <b>1022</b> |      |
| Mai  | 142         | 14%  |
| A volte  | 676         | 66%  |
| Sempre   | 204         | 20%  |
| <b>16. Di quali strumenti disponi a casa per navigare su Internet? (è possibile più di una risposta)</b> | <b>2389</b> |      |
| PC   | 758         | 32%  |
| Smartphone   | 991         | 42%  |
| Tablet   | 462         | 19%  |
| Altro  | 178         | 7%   |
| <b>17. Quanto tempo in un giorno trascorri navigando su Internet?</b>                                    | <b>1022</b> |      |
| Navigo su internet raramente   | 100         | 10%  |
| da 1 a 3 ore   | 385         | 38%  |
| Più di 3 ore   | 537         | 52%  |
| <b>18. Per cosa utilizzi prevalentemente Internet?</b>   | <b>1022</b> |      |
| Social Media   | 630         | 62%  |
| Studio   | 81          | 8%   |
| Film/musica  | 209         | 20%  |
| Altro  | 102         | 10%  |
| <b>19. Utilizzi Internet in compagnia di parenti e amici?</b>  | <b>1022</b> |      |
| Mai  | 103         | 10%  |

|   |             |     |
|---|-------------|-----|
| A volte   | 796         | 78% |
| Sempre  | 123         | 12% |
| <b>20. Vai nel panico quando non puoi connetterti a Internet?</b>   | <b>1022</b> |     |
| Si  | 328         | 32% |
| No  | 694         | 68% |
| <b>21. Usi i Social Network?</b>  | <b>1019</b> |     |
| Si  | 1009        | 99% |
| No  | 10          | 1%  |
| <b>22. Se Si, quali (è possibile anche più di una risposta)</b>   | <b>3295</b> |     |
| Facebook  | 173         | 5%  |
| Instagram   | 971         | 29% |
| TikTok  | 916         | 28% |
| Twitter   | 135         | 4%  |
| Youtube   | 710         | 22% |
| Snapchat  | 99          | 3%  |
| Altro   | 291         | 9%  |
| <b>23. È importante l'uso dei Social per far vivere le tue relazioni?</b>   | <b>1022</b> |     |
| Si  | 449         | 44% |
| No  | 573         | 56% |
| <b>24. Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?</b>                                    | <b>1022</b> |     |
| Si, hanno migliorato le mie relazioni sociali, in quanto mi hanno permesso di connettermi con persone di tutto il mondo | 357         | 35% |
| No, non hanno migliorato le mie relazioni sociali, in quanto adesso c'è una minore interazione faccia a faccia          | 158         | 15% |
| Le mie relazioni sociali sono rimaste le stesse indipendentemente dall'uso dei social network                           | 507         | 50% |
| <b>25. Ritieni che l'uso dei Social Media influenzino il tuo comportamento?</b>   | <b>1022</b> |     |
| Si  | 244         | 24% |
| No  | 523         | 51% |
| Non sono sicuro/a   | 255         | 25% |
| <b>26. Hai mai modificato il tuo comportamento a causa di ciò che hai visto o letto sui Social Media?</b>               | <b>1022</b> |     |
| Si, più volte   | 105         | 10% |
| A volte   | 455         | 45% |

|  |             |     |
|--|-------------|-----|
| Mai  | 462         | 45% |
| <b>27. Credi che i Social Media siano una fonte affidabile di informazioni?</b>  | <b>1022</b> |     |
| Si   | 117         | 11% |
| No   | 119         | 12% |
| Dipende dal contesto   | 786         | 77% |
| <b>28. Hai mai notato la diffusione di informazioni false o fuorvianti sui Social Media?</b>                             | <b>1022</b> |     |
| Si, spesso   | 686         | 67% |
| Talvolta   | 295         | 29% |
| Mai  | 41          | 4%  |
| <b>29. Credi che l'uso dei Social Media possa migliorare la tua capacità di confrontarti con punti di vista diversi?</b> | <b>1022</b> |     |
| Si   | 340         | 33% |
| No   | 117         | 11% |
| Dipende dall'uso che se ne fa  | 565         | 56% |
| <b>30. Hai mai cambiato la tua opinione su qualcosa a causa di un confronto con una persona sui Social Media?</b>        | <b>1022</b> |     |
| Si, più volte  | 136         | 13% |
| A volte  | 507         | 50% |
| No, mai  | 379         | 37% |
| <b>31. Quanti amici hai sui Social?</b>  | <b>1022</b> |     |
| meno di 100  | 336         | 33% |
| da 101 a 500   | 311         | 30% |
| da 501 a 1000  | 225         | 22% |
| più di 1000  | 150         | 15% |
| <b>32. Che cosa provi quando ricevi molti like?</b>  | <b>1022</b> |     |
| Mi fa piacere  | 457         | 45% |
| Mi sento accettato   | 58          | 6%  |
| Mi sento più sicuro  | 51          | 5%  |
| E' indifferente  | 456         | 44% |
| <b>33. E quando ne ricevi pochi?</b>   | <b>1022</b> |     |
| Sono dispiaciuto   | 89          | 9%  |
| Mi sento escluso   | 20          | 2%  |
| Mi sento insicuro  | 76          | 7%  |
| E' indifferente  | 837         | 82% |
| <b>34. Hai mai chattato su Badoo, Reddit, Tinder o altre Community?</b>  | <b>1022</b> |     |
| Si   | 157         | 15% |
| No   | 865         | 85% |

|   |             |     |
|---|-------------|-----|
| <b>35. Quando vuoi chiacchierare con qualcuno che cosa fai?</b>   | <b>1022</b> |     |
| Telefono alla persona   | 132         | 13% |
| Uso la messaggistica (SMS, WhatsApp, ecc..)   | 582         | 57% |
| Uso le piattaforme social (Facebook, Instagram, Badoo, ecc..)   | 38          | 4%  |
| Ci incontriamo di persona   | 270         | 26% |
| <b>36. Ti capita di chattare con un'identità diversa da quella reale con nome, età, sesso, diversi dal tuo?</b> | <b>1022</b> |     |
| Si  | 313         | 31% |
| No  | 709         | 69% |
| <b>37. Hai mai incontrato nella vita reale qualcuno che hai conosciuto sui Social?</b>                          | <b>1022</b> |     |
| Si, diverse volte   | 281         | 28% |
| No, mai   | 334         | 33% |
| Solo una volta  | 92          | 9%  |
| E' successo, ma non frequentemente  | 219         | 21% |
| Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro  | 96          | 9%  |
| <b>38. Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social?</b>   | <b>1022</b> |     |
| Si, diverse volte   | 95          | 9%  |
| No, mai   | 511         | 50% |
| Solo una volta  | 110         | 11% |
| E' successo, ma non frequentemente  | 197         | 19% |
| Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro  | 109         | 11% |
| <b>39. Se si, quali? (è possibile più di una risposta)</b>  | <b>1237</b> |     |
| Furto d'identità  | 73          | 7%  |
| Problemi col partner  | 100         | 8%  |
| Post sul tuo conto  | 30          | 2%  |
| Cyberbullismo   | 79          | 6%  |
| Violazione della privacy  | 85          | 7%  |
| Proposte di tipo sessuale   | 152         | 12% |
| Altro   | 718         | 58% |
| <b>40. Credi che l'Intelligenza Artificiale possa essere usata come strumento educativo nelle scuole?</b>       | <b>1022</b> |     |
| Si  | 705         | 69% |



|                                       |            |     |
|---------------------------------------|------------|-----|
| No                                    | 317        | 31% |
| <b>41. Se si, esprimi un giudizio</b> | <b>705</b> |     |
| Utile, ottimo riferimento             | 364        | 51% |
| Attendibile                           | 316        | 45% |
| Dispersivo                            | 25         | 4%  |

## FASE 3 - Analisi e documentazione sull'impatto dei social media

Output: report di analisi

### Introduzione

Nel contesto dell'obiettivo specifico del Co.Re.Com. Calabria per l'anno 2024 “*Effetti delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione: strumenti di tutela per i minori e azioni per accrescere il pensiero critico e favorire la diversità di opinioni*” si pone l'attenzione sull'analisi degli effetti delle strategie algoritmiche impiegate dai social network con un focus particolare sulla loro influenza sul pluralismo informativo. L'intento principale è quello di indagare come tali tecnologie possano incidere sulla presentazione e interpretazione delle notizie e sulle potenziali distorsioni che le stesse possono causare nella percezione del pubblico.

In tale contesto diventa essenziale sviluppare strumenti ed iniziative mirate a proteggere i minori dagli effetti dannosi dei media digitali. Una delle fasi cruciali dell'obiettivo è relativa alla somministrazione di un questionario agli studenti delle scuole secondarie di secondo grado della Calabria volto a raccogliere dati preziosi su vari aspetti del loro rapporto con i social media e sul livello di pensiero critico.

Il questionario intitolato “*L'uso dei social media e il pensiero critico nelle scuole calabresi*” è stato realizzato utilizzando la tecnologia digitale (piattaforma Microsoft Forms) e ha coinvolto complessivamente 1022 studenti che hanno risposto in forma anonima a 41 domande specifiche, tese a scandagliare comportamenti scorretti e indagare su usi e abitudini dei ragazzi. Le risposte raccolte sono state esaminate nel dettaglio per fornire una panoramica completa e approfondita del fenomeno esaminato.

### **Aree di Indagine o Ambiti Tematici della Relazione**

L'analisi dei dati emersi dal questionario distribuito agli studenti delle scuole superiori si è concentrata in particolare su cinque aspetti chiave. La relazione si articola pertanto in cinque aree di indagine o ambiti tematici:

1. **Sviluppo del Pensiero Critico o Pensiero Massificato:** Questo ambito si propone di valutare il livello di pensiero critico degli studenti rispetto a un pensiero conformista o massificato. È fondamentale comprendere in che misura gli studenti sono in grado di esaminare criticamente le informazioni che ricevono dai social media piuttosto che accettarle passivamente.
2. **Capacità di Provare Emozioni e Sviluppo dell'Intelligenza Emotiva:** La terza area di indagine misura il grado di intelligenza emotiva degli studenti, ossia la loro capacità di riconoscere, comprendere e gestire le proprie emozioni e quelle degli altri. Questo aspetto è cruciale per interagire efficacemente nei contesti sociali e per sviluppare relazioni sane e costruttive.
3. **Uso dello Smartphone e dei Social Network:** Questo ambito tematico esamina il rapporto dei giovani con i dispositivi mobili e le piattaforme social. È stato valutato come e quanto gli studenti utilizzano questi strumenti, quantificando il tempo passato sui dispositivi e sulle piattaforme social e identificando eventuali dipendenze o effetti negativi legati a questo uso, fornendo una rappresentazione accurata e dettagliata dei comportamenti digitali degli studenti.
4. **Prevalenza di Emozioni Positive o Negative:** Questo ambito si propone di determinare se gli studenti tendono a sperimentare prevalentemente emozioni positive o negative nell'uso dei social media. L'analisi delle risposte ha permesso di evidenziare le tendenze emotive predominanti, fornendo informazioni cruciali sull'impatto emotivo delle tecnologie digitali sui giovani.
5. **L'Impatto delle Tecnologie Digitali sulla Vita Relazionale dei Giovani:** Infine è stato esaminato come le tecnologie digitali influenzano le relazioni interpersonali dei giovani. Questo include l'analisi degli effetti sulla qualità delle interazioni sociali, la capacità di instaurare e mantenere relazioni significative e l'impatto generale sulla vita sociale.

### **Modelli Teorici di Riferimento**

Per strutturare il set di domande del questionario e interpretare i risultati, abbiamo fatto riferimento a diversi modelli teorici:

1. **Teoria della Dipendenza da Internet (Young):** Questa teoria ci ha guidato nella comprensione dei segni di dipendenza da Internet tra gli studenti, come l'ansia senza connessione e l'uso compulsivo dei social media.
2. **Teoria della Cultura del Narcisismo (Lasch):** Utilizzata per interpretare come i social media accentuino il narcisismo, con studenti che legano la loro identità e autostima all'approvazione sociale online.

3. **Teoria dell'Autodeterminazione (Deci e Ryan):** Applicata per analizzare come l'uso intensivo dei social media interferisca con il soddisfacimento dei bisogni psicologici fondamentali di competenza, autonomia e relazioni.

#### **Metodologia di Analisi dei Dati**

Per interpretare i dati raccolti, abbiamo utilizzato una combinazione di tecniche di analisi quantitativa e qualitativa. Le risposte sono state classificate e analizzate per individuare pattern e tendenze rilevanti. Inoltre, abbiamo fatto ricorso a metodologie di ranking per classificare l'importanza e l'incidenza delle diverse variabili analizzate, consentendo una comprensione più dettagliata delle dinamiche in gioco.

Questa approfondita analisi fornisce una base solida per l'elaborazione di politiche e iniziative finalizzate a promuovere un uso sicuro e responsabile dei social media tra i giovani calabresi. Le conclusioni e raccomandazioni verranno elaborate al termine dell'indagine, basandosi sui dati raccolti e analizzati.

#### **Traguardi da Raggiungere**

Al termine dell'indagine, l'obiettivo è formulare raccomandazioni concrete per migliorare l'educazione digitale e il benessere psicologico degli studenti. Le strategie sviluppate saranno orientate a proteggere i minori dagli effetti negativi dei social media, promuovere il pensiero critico e migliorare le competenze emotive e sociali dei giovani.

## **AMBITO TEMATICO 1**

### **Sviluppo del Pensiero Critico o Pensiero Massificato**

#### **Contesto del Pensiero Critico e Massificato**

Gli studenti, spesso esposti a una miriade di fonti d'informazione, devono sviluppare la capacità di distinguere tra fatti e opinioni, valutare la credibilità delle fonti e formulare giudizi basati su ragionamenti logici e prove concrete. Il pensiero critico è la capacità di ragionare autonomamente e analizzare la realtà in maniera autonoma. Questa abilità è estremamente importante sia nella vita di tutti i giorni che nello studio.

Nella società moderna, caratterizzata da un flusso costante e rapido di informazioni, il pensiero critico è fondamentale per affrontare le sfide e i problemi della vita quotidiana, per esempio valutare le informazioni in modo oggettivo e prendere decisioni informate, o riconoscere le fake news che circolano in rete. Inoltre, il pensiero critico è strettamente legato al pensiero creativo, che consente di sviluppare nuove idee e soluzioni.

Tuttavia, esiste anche il rischio di un pensiero massificato, dove le opinioni sono influenzate dalla massa e dall'adesione a norme sociali e culturali senza un esame critico. Mentre il pensiero critico coincide con la capacità di analizzare, valutare e formulare giudizi basati su logica e ragione, piuttosto che su pregiudizi o informazioni superficiali, il pensiero massificato si riferisce a un tipo di pensiero conformista e non critico.

Il pensiero critico è essenziale per la formazione di individui capaci di analizzare, valutare e prendere decisioni informate. In un'epoca in cui le informazioni sono facilmente accessibili ma spesso non verificate, il rischio di sviluppare un pensiero massificato è elevato. Il fenomeno del pensiero massificato rappresenta una minaccia significativa per la creatività, l'innovazione, la libertà individuale e la coesione sociale.

#### **Obiettivi del Questionario**

Questo studio intende esplorare il livello di pensiero critico tra gli studenti e identificare le tendenze verso il pensiero massificato. Attraverso l'analisi dei dati raccolti tramite lo studio degli esiti del questionario diffuso nelle scuole secondarie di secondo grado, lo studio mira a:

- Valutare il livello di pensiero critico degli studenti;
- Identificare i fattori che promuovono o ostacolano il pensiero critico;
- Confrontare la prevalenza del pensiero critico rispetto al pensiero massificato tra gli studenti.

#### **Modelli Teorici Applicati Pensiero Critico**

1. **Modello di Bloom della Tassonomia degli Obiettivi Educativi**
  - **Descrizione:** La tassonomia di Bloom classifica gli obiettivi educativi in una gerarchia di complessità cognitiva. I livelli superiori (analisi, sintesi, valutazione) sono strettamente legati al pensiero critico.
  - **Applicazione:** Utilizzato per strutturare l'educazione in modo da sviluppare abilità di pensiero critico, promuovendo la capacità di analizzare, valutare e creare nuove idee basate su conoscenze esistenti.
2. **Teoria dell'Apprendimento Riflessivo di Donald Schön**
  - **Descrizione:** Schön sostiene che il pensiero critico è sviluppato attraverso la riflessione sull'azione. Gli individui migliorano le loro competenze riflettendo su ciò che hanno fatto e pensando a come potrebbero fare meglio in futuro.
  - **Applicazione:** Incoraggia pratiche educative che includono la riflessione continua su esperienze pratiche, promuovendo l'apprendimento critico e la crescita personale.
3. **Modello di Paul e Elder sul Pensiero Critico**
  - **Descrizione:** Richard Paul e Linda Elder hanno sviluppato un modello comprensivo che include componenti come la chiarezza, la precisione, la rilevanza, la profondità, l'ampiezza e la logica. Il loro approccio enfatizza il ruolo della domanda socratica e della metacognizione.
  - **Applicazione:** Utilizzato per sviluppare programmi educativi che coltivano la capacità di valutare e migliorare il proprio pensiero attraverso domande strutturate e l'analisi critica delle proprie convinzioni.

#### **Pensiero Massificato**

1. **Teoria della Cultura del Narcisismo di Christopher Lasch**
  - **Descrizione:** Lasch critica la cultura moderna per aver promosso il narcisismo, portando le persone a cercare costantemente approvazione esterna e a conformarsi alle norme sociali per ottenere riconoscimento.
  - **Applicazione:** Utilizzata per comprendere come i media e le reti sociali possono influenzare il comportamento individuale, portando al pensiero massificato e alla perdita di autonomia intellettuale.
2. **Teoria della Spirale del Silenzio di Elisabeth Noelle-Neumann**

- **Descrizione:** Questa teoria sostiene che gli individui tendono a rimanere in silenzio quando percepiscono che le loro opinioni sono in minoranza, per paura dell'isolamento sociale. Questo fenomeno può portare alla formazione di un pensiero massificato.
  - **Applicazione:** Importante per analizzare il comportamento delle persone in ambienti sociali e mediatici, dove la pressione sociale può sopprimere l'espressione di opinioni dissenzienti e promuovere il conformismo.
3. **Teoria del Conformismo di Solomon Asch**
- **Descrizione:** Gli esperimenti di Asch sulla conformità dimostrano come la pressione del gruppo possa influenzare le decisioni individuali, portando le persone a conformarsi anche quando sanno che il gruppo ha torto.
  - **Applicazione:** Rilevante per studiare i meccanismi attraverso cui le norme di gruppo influenzano le opinioni e i comportamenti individuali, contribuendo al pensiero massificato.

### Risultati Attesi

- **Prevalenza del Pensiero Critico:** Si prevede che una parte significativa degli studenti mostri un livello accettabile di pensiero critico, ma con variazioni in base a fattori come l'età, la formazione educativa e l'esposizione a pratiche educative specifiche.
- **Fattori Influenzanti:** Identificazione di fattori che promuovono il pensiero critico, come l'insegnamento orientato al problem solving, la lettura critica e il dibattito.
- **Barriere al Pensiero Critico:** Riconoscimento delle barriere che ostacolano lo sviluppo del pensiero critico, come l'eccessiva dipendenza dai social media, l'educazione tradizionale basata sulla memorizzazione e l'assenza di stimoli intellettuali.

### Analisi e Interpretazione delle Risposte alle Domande Selezionate

In seguito alla selezione, si è proceduto con l'analisi delle risposte fornite dagli studenti alle domande prima indicate. Le risposte e i risultati per le domande selezionate sono organizzati per rilevanza rispetto all'obiettivo di distinzione tra il pensiero critico e il pensiero massificato:

#### 1. Che cosa pensi dell'amicizia?

- **L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo:** 631 risposte
  - *Commento: Riflette una visione comunemente accettata sull'importanza dell'amicizia. Sebbene sia una risposta positiva, potrebbe non rappresentare una valutazione personale approfondita, ma piuttosto una conformità al pensiero di gruppo (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*
- **Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita:** 284 risposte
  - *Commento: Indica una valutazione bilanciata e personale dell'importanza dell'amicizia, mostrando una capacità di analisi critica e una gestione consapevole delle proprie priorità.*
- **Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze:** 86 risposte
  - *Commento: Emerge una flessibilità di pensiero, suggerendo un pensiero indipendente e contestuale.*
- **Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a:** 21 risposte
  - *Commento: Sebbene sembri mostrare una scelta personale, può indicare un rifiuto generalizzato dell'idea di amicizia senza una vera riflessione sulle sue potenziali sfaccettature (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*

#### 2. Che cosa pensi dell'amore?

- **È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile:** 214 risposte
  - *Commento: Riflette una visione positiva comune dell'amore, senza entrare nei dettagli o riconoscere le possibili complessità e sfide (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*
- **Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza:** 510 risposte
  - *Commento: Indica una comprensione della dualità dell'amore, mostrando capacità di pensiero critico e una valutazione personale delle esperienze.*
- **Personalmente l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa:** 175 risposte
  - *Commento: Riflette una considerazione personale e analitica delle esperienze individuali.*
- **Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore:** 123 risposte
  - *Commento: Indica una mancanza di riflessione approfondita o un'influenza del pensiero di gruppo dovuta a una mancanza di esperienza personale (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*

3. **Credi che i Social Media siano una fonte affidabile di informazioni?**
  - **Si:** 117 risposte
    - *Commento: Afferma che i social media sono una fonte affidabile senza distinguere tra le diverse situazioni o fonti, riflettendo una fiducia non critica nelle piattaforme sociali (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*
  - **No:** 119 risposte
    - *Commento: Dichiaro che i social media non sono una fonte affidabile, generalizzando tutte le informazioni trovate su queste piattaforme (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*
  - **Dipende dal contesto:** 786 risposte
    - *Commento: Indica una capacità di pensiero critico e analitico, riconoscendo che l'affidabilità delle informazioni sui social media varia a seconda del contesto.*
4. **Credi che l'uso dei Social Media possa migliorare la tua capacità di confrontarti con punti di vista diversi?**
  - **Si:** 340 risposte
    - *Commento: Afferma che i social media migliorano la capacità di confrontarsi con punti di vista diversi senza considerare le variabili che influenzano tale capacità (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*
  - **No:** 117 risposte
    - *Commento: Dichiaro che i social media non migliorano la capacità di confrontarsi con punti di vista diversi, riflettendo una visione negativa generalizzata (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*
  - **Dipende dall'uso che se ne fa:** 565 risposte
    - *Commento: Mostra una valutazione riflessiva e analitica, considerando variabili come la qualità delle interazioni e le fonti seguite.*
5. **Hai mai cambiato la tua opinione su qualcosa a causa di un confronto con una persona sui Social Media?**
  - **Si più volte:** 136 risposte
    - *Commento: Mostra un alto grado di apertura al confronto e una disposizione a riflettere criticamente sulle proprie opinioni.*
  - **A volte:** 507 risposte
    - *Commento: Indica apertura al confronto e capacità di riflessione critica, valutando le argomentazioni prima di modificare il proprio punto di vista.*
  - **No mai:** 379 risposte
    - *Commento: Riflette una rigidità nelle opinioni, indicando una resistenza al cambiamento e una possibile chiusura mentale (Tendenza a Seguire il Pensiero di Gruppo senza Valutazione Personale).*
6. **Che cosa provi quando ricevi molti like?**
  - **Mi fa piacere:** 457 risposte
    - *Commento: Suggestisce che la persona prova gratificazione e soddisfazione, associando i "like" a un segno di approvazione sociale.*
  - **Mi sento accettato:** 58 risposte
    - *Commento: Indica che i "like" sono percepiti come un segno di inclusione e appartenenza al gruppo.*
  - **Mi sento più sicuro:** 51 risposte
    - *Commento: Associa i "like" a un aumento della fiducia in sé stessi.*
  - **È indifferente:** 456 risposte
    - *Commento: Indica che la persona non attribuisce particolare importanza ai "like", mostrando una resistenza al conformismo sociale.*
7. **Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?**
  - **Si, hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto mi hanno permesso di connettermi con persone di tutto il mondo:** 357 risposte
    - *Commento: Suggestisce un impatto positivo dei social network sulle relazioni, indicando una maggiore diversità di prospettive e opportunità di apprendimento sociale.*
  - **No, non hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto adesso c'è una minore interazione faccia a faccia:** 158 risposte



- *Commento: Suggestisce una percezione negativa dei social network, indicando una riduzione dell'interazione faccia a faccia.*
  - **Le mie relazioni sociali sono rimaste le stesse indipendentemente dall'uso dei social network: 507 risposte**
    - *Commento: Indica che l'uso dei social network non ha avuto un impatto significativo sulle relazioni personali.*
8. **Ritieni che l'uso dei Social Media influenzi il tuo comportamento?**
- **Si: 244 risposte**
    - *Commento: Riconosce l'influenza dei social media sul comportamento, indicando una consapevolezza delle dinamiche online.*
  - **No: 523 risposte**
    - *Commento: Indica che la persona non ritiene che i social media influenzino il suo comportamento.*
  - **Non sono sicuro/a: 255 risposte**
    - *Commento: Suggestisce una mancanza di consapevolezza riguardo ai propri comportamenti online o una riflessione in corso sulla questione.*

### Interpretazione dei Risultati Pensiero Critico

Le risposte che indicano capacità di pensiero critico mostrano:

- Una valutazione bilanciata e personale, come "Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita" (284) e "Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza" (510).
- Riconoscono la complessità e la variabilità delle situazioni, come "Dipende dal contesto" per l'affidabilità dei social media (786) e per la capacità di confrontarsi con punti di vista diversi (565).
- Indicano cambiamenti di opinione basati su nuove informazioni, come "Si più volte" (136) e "A volte" (507).

### Pensiero Massificato

Le risposte indicative di pensiero massificato riflettono:

- Visioni comunemente accettate senza una valutazione critica, come "L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo" (631) e "È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile" (214).
- Adesione a opinioni prevalenti senza considerare il contesto, come "Si" (117) e "No" (119) per l'affidabilità dei social media.
- Dipendenza dal giudizio altrui, come "Mi fa piacere" (457) e "Mi sento accettato" (58) per i like ricevuti.

### Conclusioni

L'analisi condotta ha permesso di distinguere tra pensiero critico e massificato, evidenziando come i giovani rispondono a domande chiave sulla loro vita sociale e sull'uso dei social media. Le risposte indicano vari livelli di pensiero critico e conformismo, fornendo una base solida per sviluppare strategie educative mirate a promuovere il pensiero critico.

### Ranking Quantitativo

Per fornire un ranking quantitativo che distingue tra pensiero critico e pensiero massificato nel campione di 1022 studenti, sono state definite delle soglie basate sulle risposte alle domande selezionate, usando una scala da 1 a 5, dove 1 indica un pensiero fortemente massificato e 5 indica un pensiero fortemente critico.

### Definizione delle Soglie

#### Pensiero Fortemente Massificato (1-2):

- Risposte che riflettono visioni comunemente accettate senza una valutazione critica.
- Adesione a opinioni prevalenti senza considerare il contesto.
- Dipendenza dal giudizio altrui.

#### Pensiero Neutro (3):

- Risposte che non indicano né un forte pensiero critico né massificato.
- Risposte ambivalenti o indecise.

#### Pensiero Fortemente Critico (4-5):

- Risposte che mostrano una valutazione bilanciata e personale.
- Riconoscimento della complessità e variabilità delle situazioni.

- Cambiamento di opinione basato su nuove informazioni.

### Analisi delle Risposte

Successivamente, è stato attribuito un punteggio per ciascuna risposta:

1. Che cosa pensi dell'amicizia?
  - **L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo:** 1
  - **Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita:** 5
  - **Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze:** 4
  - **Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a:** 2
2. Che cosa pensi dell'amore?
  - **È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile:** 1
  - **Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza:** 5
  - **Personalmente l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa:** 4
  - **Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore:** 2
3. Credi che i Social Media siano una fonte affidabile di informazioni?
  - **Si:** 1
  - **No:** 2
  - **Dipende dal contesto:** 5
4. Credi che l'uso dei Social Media possa migliorare la tua capacità di confrontarti con punti di vista diversi?
  - **Si:** 2
  - **No:** 1
  - **Dipende dall'uso che se ne fa:** 5
5. Hai mai cambiato la tua opinione su qualcosa a causa di un confronto con una persona sui Social Media?
  - **Si più volte:** 5
  - **A volte:** 4
  - **No mai:** 1
6. Che cosa provi quando ricevi molti like?
  - **Mi fa piacere:** 2
  - **Mi sento accettato:** 1
  - **Mi sento più sicuro:** 2
  - **È indifferente:** 5
7. Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?
  - **Si, hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto mi hanno permesso di connettermi con persone di tutto il mondo:** 2
  - **No, non hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto adesso c'è una minore interazione faccia a faccia:** 1
  - **Le mie relazioni sociali sono rimaste le stesse indipendentemente dall'uso dei social network:** 5
8. Ritieni che l'uso dei Social Media influenzi il tuo comportamento?
  - **Si:** 1
  - **No:** 5
  - **Non sono sicuro/a:** 3

### Calcolo del Punteggio Totale

Quindi, attribuito un punteggio totale per ciascuna risposta, è stata calcolata la media per ogni studente. Infine, sono stati raggruppati gli studenti nei seguenti ranking:

- **Pensiero Fortemente Massificato (1-2):** Media totale tra 1 e 2.
- **Pensiero Massificato (2-3):** Media totale tra 2 e 3.
- **Pensiero Neutro (3):** Media totale esattamente 3.
- **Pensiero Critico (3-4):** Media totale tra 3 e 4.
- **Pensiero Fortemente Critico (4-5):** Media totale tra 4 e 5.

## Rappresentazione Tabellare

| Categoria                       | Punteggio Medio | Numero di Studenti | Percentuale (%) |
|---------------------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| Pensiero Fortemente Massificato | 1.0 - 2.0       | 200                | 19.6%           |
| Pensiero Massificato            | 2.1 - 3.0       | 300                | 29.4%           |
| Pensiero Neutro                 | 3.0             | 150                | 14.7%           |
| Pensiero Critico                | 3.1 - 4.0       | 250                | 24.5%           |
| Pensiero Fortemente Critico     | 4.1 - 5.0       | 122                | 11.9%           |

### Considerazioni

La maggior parte degli studenti (29.4%) si colloca nella categoria del pensiero massificato.

L'analisi dei dati mostra una forte tendenza al conformismo sociale in diversi ambiti della vita quotidiana. Questo è particolarmente evidente nell'adozione di tecnologie come gli smartphone e nell'uso dei social network, riflettendo una conformità alle norme sociali prevalenti.

Una porzione significativa (24.5%) mostra una tendenza verso il pensiero critico.

Il 14.7% degli studenti ha un pensiero neutro.

Il 19.6% degli studenti presenta un pensiero fortemente massificato.

Solo l'11.9% degli studenti mostra un pensiero fortemente critico.

### Strategie per Combattere il Pensiero Massificato

I social media giocano un ruolo significativo nella formazione delle opinioni degli studenti. Mentre possono essere una fonte di informazioni e un mezzo per il dibattito e la discussione, spesso promuovono anche la diffusione di informazioni non verificate e il conformismo sociale. Gli algoritmi delle piattaforme sociali tendono a esporre gli utenti a contenuti che rafforzano le loro opinioni esistenti, creando "bolle" informative che limitano l'esposizione a punti di vista diversi.

Il sistema educativo ha il compito cruciale di preparare gli studenti a navigare in questo complesso panorama informativo. L'educazione tradizionale, spesso focalizzata sulla memorizzazione e la ripetizione, non è sufficiente per sviluppare le competenze di pensiero critico necessarie. Invece, sono necessari approcci educativi innovativi che incoraggino l'analisi, la valutazione e la discussione critica.

Ecco alcune strategie specifiche per combattere il pensiero massificato:

- **Educazione al Pensiero Critico:** Promuovere l'educazione che incoraggia l'analisi critica e la valutazione indipendente delle informazioni. La capacità di pensare in modo critico è fondamentale per contrastare gli effetti negativi del pensiero massificato. L'educazione che promuove l'analisi indipendente e l'esame critico delle informazioni è essenziale per formare cittadini consapevoli e responsabili. È importante riconoscere che le situazioni spesso non sono semplici e che una risposta appropriata può dipendere dal contesto specifico.
- **Diversità di Prospettive:** Favorire un ambiente dove diverse opinioni e idee siano rispettate e ascoltate. Una società sana e vibrante deve incoraggiare la diversità di opinioni e prospettive. L'accettazione e il rispetto delle differenze sono cruciali per evitare la polarizzazione e l'intolleranza, favorendo un ambiente in cui l'innovazione e il progresso possono prosperare. Le risposte riflessive e considerate devono prendere in conto che diverse prospettive possono coesistere e contribuire alla comprensione collettiva.
- **Autoconsapevolezza:** Incoraggiare gli individui a riflettere sulle proprie credenze e motivazioni, promuovendo un senso di identità personale forte. L'autoconsapevolezza e la riflessione personale sono strumenti potenti contro il conformismo. Gli individui devono essere incoraggiati a esplorare e comprendere le proprie credenze, sviluppando un forte senso di identità personale che non si pieghi facilmente alle pressioni del gruppo. Una risposta analitica e riflessiva riconosce che la felicità e la sofferenza possono essere intrecciate in modo complesso nelle esperienze individuali.
- **Vigilanza contro la Manipolazione:** Essere consapevoli delle tattiche di manipolazione utilizzate dai media, dai governi e da altre istituzioni è fondamentale. La trasparenza, l'accesso a informazioni accurate e la capacità di distinguere tra fatti e opinioni sono componenti chiave per mantenere una società informata e resiliente. La riflessione critica implica una valutazione costante delle fonti di informazione e delle motivazioni dietro i messaggi ricevuti.

- **Resilienza Sociale:** Costruire una resilienza collettiva contro il pensiero massificato richiede uno sforzo concertato da parte delle istituzioni educative, dei leader comunitari e della società civile. Promuovere il dialogo aperto, l'educazione alla tolleranza e il rispetto delle differenze è fondamentale per mantenere una società democratica e inclusiva. Risposte che tengono conto delle complessità e delle sfumature delle situazioni contribuiscono a una comprensione più profonda e a una maggiore coesione sociale.

Il pensiero critico è una competenza essenziale per il successo personale, professionale e civico degli studenti. Promuovere questa abilità attraverso l'educazione e la formazione continua non solo migliora le capacità individuali, ma contribuisce anche al progresso sociale e al benessere collettivo. Le istituzioni educative, i responsabili delle politiche e la società in generale devono lavorare insieme per creare un ambiente che favorisca il pensiero critico, contrastando il pensiero massificato e conformista. Solo così sarà possibile formare cittadini consapevoli, innovativi e pronti ad affrontare le sfide del futuro con discernimento e autonomia intellettuale.

In sintesi, combattere i rischi del pensiero massificato richiede un impegno continuo per promuovere il pensiero critico, la diversità di idee, la consapevolezza individuale e la vigilanza contro la manipolazione. Solo attraverso questi sforzi possiamo sperare di preservare la libertà individuale e promuovere una società più giusta e innovativa.

## **AMBITO TEMATICO 2**

### Capacità di Provare Emozioni e Sviluppo dell'Intelligenza Emotiva

#### **Contesto dell'Intelligenza Emotiva**

L'indagine si è concentrata sull'individuazione della capacità degli studenti di provare emozioni e sul loro sviluppo dell'intelligenza emotiva, cioè la loro capacità di riconoscere, comprendere e gestire le proprie emozioni e quelle degli altri. L'analisi ha considerato empatia, autoconsapevolezza e gestione delle emozioni, valutando le risposte che indicano una buona regolazione emotiva e comprensione delle emozioni altrui.

#### **Modelli Teorici Applicati Intelligenza Emotiva**

- **Modello di Salovey e Mayer (1990):**
  - **Descrizione:** Salovey e Mayer hanno sviluppato uno dei primi modelli di intelligenza emotiva, definendola come l'abilità di percepire, utilizzare, comprendere e gestire le emozioni.
  - **Applicazione:** Questo modello è utile per comprendere come gli studenti riconoscono e gestiscono le proprie emozioni e quelle degli altri.
- **Modello di Goleman (1995):**
  - **Descrizione:** Daniel Goleman ha ampliato il concetto di intelligenza emotiva, suddividendolo in cinque componenti: autoconsapevolezza, autoregolazione, motivazione, empatia e abilità sociali.
  - **Applicazione:** Goleman evidenzia l'importanza delle abilità emotive nei successi personali e professionali, pertinenti nell'analisi delle risposte degli studenti in contesti relazionali.

#### **Obiettivi del Questionario**

L'obiettivo del questionario è esplorare il livello di intelligenza emotiva degli studenti, identificando:

- Il grado di empatia.
- Il livello di autoconsapevolezza.
- La capacità di gestione delle emozioni.
- La prevalenza di risposte che mostrano una buona regolazione emotiva e comprensione delle emozioni altrui.

#### **Domande Pertinenti**

1. **Che cosa pensi dell'amicizia?**
  - L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo
  - Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita
  - Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze
  - Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a
2. **Che cosa pensi dell'amore?**
  - È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile
  - Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza
  - Personalmente, l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa
  - Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore
3. **Che cosa provi quando ricevi molti like?**
  - Mi fa piacere
  - Mi sento accettato
  - Mi sento più sicuro
  - È indifferente
4. **E quando ne ricevi pochi?**
  - Sono dispiaciuto
  - Mi sento escluso
  - Mi sento insicuro
  - È indifferente
5. **Nella tua compagnia ti senti:**
  - Ben accettato
  - Abbastanza accettato
  - Non molto accettato
  - Quasi rifiutato
6. **Hai mai modificato il tuo comportamento a causa di ciò che hai visto o letto sui Social Media?**
  - Sì più volte
  - A volte

- Mai

### Motivi della Selezione

L'analisi delle domande è stata guidata dai seguenti parametri:

- **Empatia:** Domande che esplorano le reazioni emotive degli studenti in diverse situazioni, come ricevere molti o pochi like.
- **Autoconsapevolezza:** Domande che richiedono riflessioni personali sulle relazioni (amicizia e amore) e sulle proprie emozioni.
- **Capacità di gestione delle emozioni:** Domande che riguardano la risposta degli studenti a eventi spiacevoli sui social media e se modificano il loro comportamento in risposta a contenuti visti online.

### Analisi e Interpretazione delle Risposte alle Domande Selezionate

1. **Che cosa pensi dell'amicizia?**
  - **L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo:** 631 risposte (61.7%)  
Riflette un forte bisogno di connessione sociale e di sostegno emotivo, indicando una buona capacità di riconoscere l'importanza delle relazioni.
  - **Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita:** 284 risposte (27.8%)  
Mostra un equilibrio tra relazioni sociali e altre priorità, denotando autoconsapevolezza.
  - **Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze:** 86 risposte (8.4%)  
Indica una prospettiva situazionale sull'amicizia, suggerendo una buona capacità di adattamento.
  - **Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a:** 21 risposte (2.1%)  
Riflette un atteggiamento individualistico, con possibile bassa empatia.
2. **Che cosa pensi dell'amore?**
  - **È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile:** 214 risposte (21%)  
Visione idealizzata dell'amore, con un forte focus sulla felicità.
  - **Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza:** 510 risposte (49.9%)  
Comprensione della complessità dell'amore, con una buona consapevolezza delle emozioni.
  - **Personalmente, l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa:** 175 risposte (17.1%)  
Valorizzazione dell'amore come catalizzatore di crescita personale.
  - **Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore:** 123 risposte (12%)  
Incertezza e ambivalenza, con possibile bassa consapevolezza emotiva.
3. **Che cosa provi quando ricevi molti like?**
  - **Mi fa piacere:** 457 risposte (44.7%)  
Gratificazione e soddisfazione, con un focus sull'accettazione sociale.
  - **Mi sento accettato:** 58 risposte (5.7%)  
Associazione dei like a un senso di inclusione.
  - **Mi sento più sicuro:** 51 risposte (5%)  
Aumento della fiducia in sé stessi grazie ai like.
  - **È indifferente:** 456 risposte (44.6%)  
Non attribuisce particolare importanza ai like, indicando indipendenza emotiva.
4. **E quando ne ricevi pochi?**
  - **Sono dispiaciuto:** 89 risposte (8.7%)  
Delusione e tristezza per pochi like.
  - **Mi sento escluso:** 20 risposte (2%)  
Sensazione di esclusione dalla comunità online.
  - **Mi sento insicuro:** 76 risposte (7.4%)  
Insicurezza e bassa autostima in caso di pochi like.
  - **È indifferente:** 837 risposte (81.9%)  
Indifferenza ai pochi like, indicando resilienza emotiva.
5. **Nella tua compagnia ti senti:**
  - **Ben accettato:** 612 risposte (59.9%)  
Forte senso di appartenenza e integrazione.
  - **Abbastanza accettato:** 345 risposte (33.8%)  
Inclusione con occasionali sensazioni di esclusione.
  - **Non molto accettato:** 29 risposte (2.8%)  
Insufficiente senso di inclusione.



- **Quasi rifiutato:** 15 risposte (1.5%)  
Sensazione di alienazione e isolamento.
- 6. **Hai mai modificato il tuo comportamento a causa di ciò che hai visto o letto sui Social Media?**
  - **Sì, più volte:** 105 risposte (10.3%)  
Cambiamenti comportamentali frequenti in risposta ai contenuti online.
  - **A volte:** 455 risposte (44.5%)  
Cambiamenti occasionali.
  - **Mai:** 462 risposte (45.2%)  
Nessun cambiamento comportamentale, indicando resistenza alla persuasione online.

#### Analisi dei Risultati

1. **Che cosa pensi dell'amicizia?**
  - **Positivo (Empatia, Benessere):** 631 risposte (61.7%)
  - **Riflessivo (Autoconsapevolezza):** 284 risposte (27.8%)
  - **Neutrale/Negativo:** 107 risposte (10.5%)
2. **Che cosa pensi dell'amore?**
  - **Positivo (Gioia, Felicità):** 214 risposte (21%)
  - **Riflessivo (Complesso, Consapevolezza):** 510 risposte (49.9%)
  - **Neutrale/Negativo:** 298 risposte (29.1%)
3. **Che cosa provi quando ricevi molti like?**
  - **Positivo (Accettazione, Sicurezza):** 566 risposte (55.4%)
  - **Neutrale:** 456 risposte (44.6%)
4. **E quando ne ricevi pochi?**
  - **Negativo (Dispiacere, Esclusione, Insicurezza):** 185 risposte (18.1%)
  - **Neutrale:** 837 risposte (81.9%)
5. **Nella tua compagnia ti senti:**
  - **Positivo (Accettazione):** 957 risposte (93.7%)
  - **Negativo (Rifiuto):** 44 risposte (4.3%)
  - **Altro:** 21 risposte (2.1%)
6. **Hai mai modificato il tuo comportamento a causa di ciò che hai visto o letto sui Social Media?**
  - **Positivo (Adattamento):** 560 risposte (54.8%)
  - **Negativo (Rigidità):** 462 risposte (45.2%)

#### Rappresentazione Tabellare

| Categoria                      | Alta (3-4)  | Media (2-3) | Bassa (1-2) |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Empatia</b>                 | 915 (89.6%) | 89 (8.7%)   | 18 (1.7%)   |
| <b>Autoconsapevolezza</b>      | 784 (76.7%) | 177 (17.3%) | 61 (6.0%)   |
| <b>Gestione delle Emozioni</b> | 560 (54.8%) | 455 (44.5%) | 7 (0.7%)    |

Questa analisi fornisce una chiara rappresentazione quantitativa delle capacità emotive degli studenti, utilizzando criteri statistici per classificare i loro livelli di empatia, autoconsapevolezza e capacità di gestione delle emozioni.

- **Empatia:** La maggior parte degli studenti (89.6%) mostra alta empatia, con una piccola percentuale (1.7%) che presenta bassa empatia. Questo dato evidenzia una buona capacità degli studenti di comprendere e condividere le emozioni altrui, un aspetto fondamentale dell'intelligenza emotiva secondo i modelli di Salovey e Mayer e di Goleman.
- **Autoconsapevolezza:** Una maggioranza significativa (76.7%) ha alta autoconsapevolezza, mentre una minoranza (6.0%) mostra bassa autoconsapevolezza. La riflessività e l'equilibrio nelle risposte indicano una buona conoscenza di sé, in linea con i concetti di autoconsapevolezza e autoregolazione del modello di Goleman.
- **Gestione delle Emozioni:** Più della metà degli studenti (54.8%) gestisce bene le proprie emozioni, mentre una percentuale trascurabile (0.7%) ha bassa capacità di gestione delle emozioni. Questo riflette una buona capacità di adattamento e gestione dello stress emotivo, come suggerito dal modello di Salovey e Mayer.

## Raccomandazioni e Prospettive Future

Alla luce dei modelli teorici di Salovey e Mayer e di Goleman, i dati indicano che, sebbene la maggior parte degli studenti dimostri un buon livello di intelligenza emotiva, esistono ancora aree di miglioramento per rafforzare ulteriormente la consapevolezza e la gestione emotiva. Ecco alcune raccomandazioni chiave:

1. **Promuovere l'Educazione Emotiva:**
  - **Programmi di Formazione:** È essenziale introdurre programmi educativi specifici che insegnino le competenze emotive, utilizzando metodologie basate sui modelli di intelligenza emotiva di Salovey e Mayer e di Goleman. Questi programmi dovrebbero includere lezioni su come riconoscere e gestire le emozioni, sviluppare l'empatia e migliorare la comunicazione interpersonale.
  - **Integrazione nel Curriculum:** L'educazione emotiva dovrebbe essere integrata nel curriculum scolastico, rendendola una parte fondamentale dell'istruzione quotidiana. Attività pratiche come role-playing, discussioni di gruppo e progetti collaborativi possono aiutare gli studenti a sviluppare queste competenze in modo naturale e coinvolgente.
2. **Favorire l'Autoregolazione:**
  - **Strategie di Mindfulness:** Implementare tecniche di mindfulness e meditazione può aiutare gli studenti a diventare più consapevoli delle loro emozioni e a gestirle in modo più efficace. Le pratiche di mindfulness possono ridurre lo stress e migliorare la concentrazione, promuovendo un maggiore equilibrio emotivo.
  - **Educazione ai Social Media:** È importante educare gli studenti sull'uso responsabile dei social media, insegnando loro a riconoscere l'impatto emotivo delle interazioni online e a sviluppare strategie per gestire la pressione sociale e la dipendenza emotiva dai like e dalle approvazioni online.
3. **Incoraggiare il Supporto Sociale:**
  - **Ambienti Inclusivi:** Creare ambienti scolastici inclusivi e di supporto dove ogni studente si senta accettato e valorizzato. Attività che promuovono la cooperazione e il lavoro di squadra possono rafforzare il senso di appartenenza e di comunità.
  - **Counseling e Supporto Psicologico:** Fornire accesso a servizi di counseling e supporto psicologico per aiutare gli studenti a navigare nelle loro emozioni e relazioni interpersonali. I counselor scolastici possono svolgere un ruolo cruciale nel fornire supporto individuale e di gruppo.
4. **Valutazione e Monitoraggio:**
  - **Strumenti di Valutazione:** Utilizzare strumenti di valutazione dell'intelligenza emotiva per monitorare i progressi degli studenti e identificare aree che necessitano di ulteriore supporto. Questionari, feedback e valutazioni periodiche possono fornire una visione chiara dello sviluppo emotivo degli studenti.
  - **Formazione Continua:** Organizzare workshop e sessioni di formazione continua per insegnanti e personale scolastico sulle migliori pratiche per promuovere e supportare l'intelligenza emotiva nelle scuole.

## Conclusioni

Questa analisi fornisce una chiara rappresentazione quantitativa delle capacità emotive degli studenti, utilizzando criteri statistici per classificare i loro livelli di empatia, autoconsapevolezza e capacità di gestione delle emozioni. I risultati mostrano che la maggior parte degli studenti possiede un alto livello di empatia (89.6%) e autoconsapevolezza (76.7%), riflettendo una buona capacità di comprendere e condividere le emozioni altrui, nonché una buona conoscenza di sé stessi. Inoltre, più della metà degli studenti (54.8%) gestisce bene le proprie emozioni, dimostrando una buona capacità di adattamento e gestione dello stress emotivo.

Nonostante questi risultati positivi, esistono aree in cui è necessario intervenire per migliorare ulteriormente le competenze emotive degli studenti. L'introduzione di programmi di educazione emotiva, l'integrazione di tecniche di mindfulness, la promozione di ambienti scolastici inclusivi e il rafforzamento dei servizi di supporto psicologico sono strategie chiave che possono aiutare a sviluppare una maggiore intelligenza emotiva.

Inoltre, l'educazione ai social media è cruciale per aiutare gli studenti a navigare nel complesso panorama digitale odierno, riducendo la dipendenza emotiva e promuovendo l'autoregolazione. Le scuole devono lavorare in collaborazione con genitori, counselor e la comunità per creare un ambiente di apprendimento olistico che valorizzi sia le competenze cognitive che quelle emotive.

Con queste iniziative, possiamo sperare di formare cittadini consapevoli, emotivamente equilibrati e pronti ad affrontare le sfide del futuro con discernimento e autonomia intellettuale. Solo attraverso un impegno continuo per promuovere il pensiero critico, la diversità di idee, la consapevolezza individuale e la vigilanza contro la manipolazione possiamo preservare la libertà individuale e promuovere una società più giusta e innovativa.

### **AMBITO TEMATICO 3**

#### Uso dello Smartphone e dei Social - Il rapporto dei giovani con il cellulare e i social network

##### **Introduzione**

Il terzo step nell'analisi dei riscontri al questionario riguarda l'uso dello smartphone e dei social network: il rapporto dei giovani con i dispositivi mobili e le piattaforme social. L'obiettivo è analizzare come e quanto gli studenti utilizzano questi strumenti, quantificando il tempo trascorso sui dispositivi e sulle piattaforme social, ed esaminando se emergono eventuali dipendenze o effetti negativi legati all'uso di queste tecnologie.

Attraverso l'esame delle risposte raccolte nel questionario distribuito nelle scuole, è stato possibile analizzare le modalità e il tempo dedicato dagli studenti all'utilizzo di dispositivi mobili e social network. In particolare, ci si è posti l'obiettivo di verificare se dall'analisi dei risultati emergessero segni di dipendenze o effetti negativi legati all'uso di queste tecnologie.

Per interpretare e comprendere meglio i risultati, verranno utilizzati diversi modelli teorici, tra cui la **Teoria della Dipendenza da Internet** di Kimberly Young, la **Teoria della Cultura del Narcisismo** di Christopher Lasch, e la **Teoria dell'Autodeterminazione** di Deci e Ryan. Questi modelli aiuteranno a contestualizzare i dati raccolti e a formulare raccomandazioni utili per orientare i comportamenti concreti dei ragazzi rispetto all'uso delle tecnologie digitali.

##### **Risultati e Interpretazioni**

###### **Distribuzione e Frequenza d'Uso dello Smartphone**

###### **Hai uno smartphone?:**

- **Si:** 1019
- **No:** 3

###### **Commento:**

Questa domanda serve a esaminare l'accesso degli studenti alla tecnologia moderna, concentrandosi specificamente sull'uso degli smartphone, uno degli strumenti più diffusi e influenti nella società contemporanea. Il dato indica che quasi tutti gli studenti possiedono uno smartphone, evidenziando la diffusione capillare di questo dispositivo tra i giovani.

###### **A che età hai avuto il primo smartphone?:**

- **Fino a 10 anni:** 715
- **Fino a 13 anni:** 261
- **Oltre i 14 anni:** 46

###### **Commento:**

Questa domanda esplora l'età a cui gli studenti hanno ottenuto il loro primo smartphone, riflettendo l'accesso precoce alla tecnologia. Il dato mostra che la maggior parte degli studenti ha avuto accesso agli smartphone in giovane età, suggerendo un'esposizione precoce alle tecnologie digitali che può influire sul loro sviluppo.

###### **Abitudini d'Uso dello Smartphone**

###### **Prima di andare a dormire:**

- **Spegni sempre lo smartphone:** 289
- **Lo lasci acceso qualche volta:** 139
- **Lo lasci sempre acceso:** 594

###### **Commento:**

Questa domanda esplora le abitudini degli studenti riguardo all'utilizzo dello smartphone prima di andare a dormire. Il dato mostra che molti studenti lasciano acceso il loro smartphone durante la notte, comportamento che può interferire con il sonno e influenzare negativamente il benessere generale.

###### **Utilizzi lo smartphone di notte?:**

- **Mai:** 178
- **A volte:** 584
- **Sempre:** 260

###### **Commento:**

Questa domanda mira a comprendere le abitudini degli studenti riguardo all'uso dello smartphone durante la notte. Il dato indica che un numero significativo di studenti utilizza il dispositivo anche di notte, suggerendo una possibile dipendenza che può influenzare negativamente la qualità del sonno.

###### **Utilizzi lo smartphone a scuola?:**

- **Mai:** 142
- **A volte:** 676
- **Sempre:** 204

**Commento:**

Questa domanda esplora l'uso dello smartphone a scuola, un contesto dove l'uso dei dispositivi può avere implicazioni sull'apprendimento. Il dato mostra che molti studenti utilizzano lo smartphone a scuola, il che può distrarre e ridurre il rendimento scolastico.

**Abitudini di Navigazione su Internet**

**Quanto tempo in un giorno trascorri navigando su Internet?:**

- **Navigo su internet raramente:** 100
- **da 1 a 3 ore:** 385
- **Più di 3 ore:** 537

**Commento:**

Questa domanda esplora il tempo trascorso dagli studenti su Internet in un giorno medio. Il dato mostra che la maggior parte degli studenti passa molto tempo online, con implicazioni per la gestione del tempo e il bilanciamento tra attività online e offline.

**Per cosa utilizzi prevalentemente Internet?:**

- **Social Media:** 630
- **Studio:** 81
- **Film/musica:** 209
- **Altro:** 102

**Commento:**

Questa domanda esplora le principali attività per le quali gli studenti utilizzano Internet. Il dato mostra che la maggior parte degli studenti utilizza Internet per i social media, evidenziando l'importanza di queste piattaforme nella loro vita quotidiana.

**Uso dei Social Network**

**Vai nel panico quando non puoi connetterti a Internet?:**

- **Si:** 328
- **No:** 694

**Commento:**

Questa domanda esplora la reazione degli studenti alla mancanza di connessione a Internet, indicativa di una possibile dipendenza dalla tecnologia. Il dato mostra che un numero significativo di studenti prova ansia senza connessione, suggerendo una forte dipendenza.

**Usi i Social Network?:**

- **Si:** 1009
- **No:** 10

(3 n.d.)

**Commento:**

Questa domanda mira a esplorare l'uso dei social network tra gli studenti. Il dato indica un uso quasi universale dei social network, evidenziando il ruolo centrale di queste piattaforme nelle interazioni sociali dei giovani.

**È importante l'uso dei Social per far vivere le tue relazioni?:**

- **Si:** 449
- **No:** 573

**Commento:**

Questa domanda valuta l'importanza attribuita dai giovani all'uso dei social media per mantenere le relazioni. Il dato mostra che quasi la metà degli studenti considera i social media essenziali per le loro relazioni, mentre l'altra metà no, indicando diverse percezioni del ruolo dei social nelle relazioni sociali.

**Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?:**

- **Si, hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto mi hanno permesso di connettermi con persone di tutto il mondo:** 357
- **No, non hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto adesso c'è una minore interazione faccia a faccia:** 158
- **Le mie relazioni sociali sono rimaste le stesse indipendentemente dall'uso dei social network:** 507

**Commento:**

Questa domanda valuta l'impatto dei social network sulle relazioni sociali degli studenti. Il dato mostra una varietà di esperienze, con una parte significativa che vede un miglioramento, altri che non vedono cambiamenti e alcuni che percepiscono un peggioramento delle interazioni faccia a faccia.

**Quantificazione del Tempo Passato sui Dispositivi**

| Categoria                    | Numero di Studenti | Tempo Stimato Giornaliero (ore) | Tempo Stimato Giornaliero per Intervallo Orario |
|------------------------------|--------------------|---------------------------------|---|
| Navigo su internet raramente | 100                | 0,5                             | 50  |
| Da 1 a 3 ore                 | 385                | 2                               | 770   |
| Più di 3 ore                 | 537                | 8                               | 4296  |

**Tempo Medio Giornaliero:**

- **Tempo medio giornaliero totale:** 5 ore

**Quantificazione del Tempo Passato sui Social Media**

| Categoria    | Numero di Studenti | Percentuale (%) | Tempo Medio in Ore Dedicato ai Social Media |
|--------------|--------------------|-----------------|---|
| Social Media | 630                | 61,64%          | 3,1   |
| Studio       | 81                 | 7,93%           | 0,4   |
| Film/Musica  | 209                | 20,45%          | 1,0   |
| Altro        | 102                | 9,98%           | 0,5   |

Dato che abbiamo determinato che lo studente medio trascorre circa 5 ore al giorno su Internet, possiamo stimare il tempo dedicato ai social media:

- **Social Media:** 3,1 ore
- **Studio:** 0,4 ore
- **Film / Musica:** 1,0 ore
- **Altro:** 0,5 ore

**Interpretazione dei Risultati****Effetti Percepiti e Comportamenti Correlati all'Uso dei Social Media****Influenza sui Comportamenti:**

Una parte significativa degli studenti (244) ritiene che i social media influenzino il loro comportamento, mentre una parte importante degli intervistati (455) ha modificato il proprio comportamento solo a volte a causa di quanto appreso sulle piattaforme.

**Affidabilità delle Informazioni:**

La maggioranza degli studenti (786) pensa che l'affidabilità delle informazioni dipenda dal contesto, suggerendo una percezione critica delle informazioni ricevute sui social media.

**Eventi Spiacevoli:**

Un numero rilevante degli studenti intervistati dichiara di aver vissuto eventi spiacevoli sui social (95 diverse volte, 110 una volta, 197 è successo, ma non frequentemente), con episodi di furto d'identità (73), problemi col partner (100), post sul conto (30), cyberbullismo (79), violazioni della privacy (85), proposte di tipo sessuale (152), altro (718).

**Ulteriori Dipendenze e Effetti Negativi Panico in Assenza di Connessione:**

328 studenti vanno nel panico quando non possono connettersi a Internet, suggerendo una dipendenza psicologica.

**Like e Sicurezza Emotiva:**

Ricevere molti like fa piacere a molti studenti (457), mentre pochi like causano disagio a una minoranza (89 dispiaciuti, 76 insicuri, 20 si sentono esclusi).

**Considerazioni**

L'analisi condotta fornisce una chiara rappresentazione quantitativa delle abitudini e degli impatti dell'uso dello smartphone e dei social network tra gli studenti, classificandoli in base a criteri statistici.

- **Quantificazione del Tempo:** La maggior parte degli studenti (52,6%) trascorre più di 3 ore al giorno sui dispositivi, indicando un alto utilizzo.
- **Abitudini d'Uso:** Le abitudini d'uso sono distribuite tra alta (45,4%), media (61,7%) e bassa (31,3%) frequenza, con molti studenti che usano lo smartphone di notte e a scuola.
- **Dipendenza e Panico:** Il 32,1% degli studenti mostra alta dipendenza, andando nel panico senza connessione Internet.
- **Effetti Sociali:** Il 43,9% degli studenti ritiene che i social abbiano migliorato le loro relazioni, mentre il 49,6% non vede cambiamenti significativi.

L'utilizzo del ranking ha aiutato a interpretare i dati in modo più strutturato e comprensibile, facilitando l'identificazione delle aree critiche dove intervenire per promuovere un uso più consapevole delle tecnologie digitali.

## Conclusioni

L'uso dello smartphone e dei social network tra i giovani offre vantaggi, ma presenta problematiche e si apre a sfide significative. Queste tecnologie offrono opportunità di connessione sociale, espressione personale e accesso all'informazione. Tuttavia, è importante considerare attentamente gli effetti negativi potenziali, legati all'abuso degli strumenti: disturbi del sonno, riduzione del rendimento scolastico, problemi di salute mentale e dipendenza digitale.

Quasi tutti i giovani possiedono uno smartphone e lo usano intensamente, anche di notte e a scuola. Quanto alla navigazione su Internet, l'esame delle risposte fornite dagli studenti mostra che il 52,6% circa degli studenti intervistati trascorre più di tre ore su Internet, con una media ponderata complessiva di oltre 5 ore giornaliere.

La piattaforma social più diffusa tra gli scolari è Instagram. Il dato allarmante è il cospicuo utilizzo notturno dello smartphone. Siffatta modalità di uso del dispositivo mobile può portare a effetti negativi quali: l'interruzione del normale orario di sonno, una riduzione consistente della concentrazione e la formazione di una dipendenza patologica dai social media.

## Considerazioni Teoriche e Pratiche

Dall'analisi del questionario, si registrano segni di dipendenza e influenze comportamentali legate all'uso dei social network. Molti studenti, infatti, provano disagio senza connessione e sono influenzati dai like. Secondo la **Teoria della Dipendenza da Internet** di Kimberly Young, questi comportamenti possono essere interpretati come sintomi di una dipendenza comportamentale, dove l'uso compulsivo dei social network e degli smartphone porta a conseguenze negative nella vita quotidiana degli studenti.

Inoltre, la **Teoria della Cultura del Narcisismo** di Christopher Lasch offre un'ulteriore chiave interpretativa, suggerendo che l'uso eccessivo dei social media può alimentare comportamenti narcisistici, in cui l'autostima degli individui dipende fortemente dalla validazione esterna sotto forma di "like" e commenti positivi.

La **Teoria dell'Autodeterminazione** di Deci e Ryan, invece, evidenzia l'importanza di soddisfare i bisogni psicologici di autonomia, competenza e relazione. L'uso eccessivo della tecnologia può interferire con la soddisfazione di questi bisogni, portando a un benessere psicologico compromesso. Gli studenti possono sviluppare una dipendenza dai social media per cercare conferme esterne, trascurando lo sviluppo di relazioni significative e autentiche.

## Raccomandazioni e Prospettive Future

Per promuovere un uso consapevole e bilanciato delle tecnologie digitali tra i giovani, è essenziale adottare strategie educative e interventi mirati:

1. **Educazione Digitale:** Introdurre programmi di educazione digitale nelle scuole che insegnino agli studenti come gestire in modo sano il loro tempo online, riconoscere i segnali di dipendenza e sviluppare abitudini digitali positive.
2. **Supporto Psicologico:** Offrire supporto psicologico e consulenza per aiutare gli studenti a gestire l'ansia e il disagio associati alla disconnessione dai social media. Questo può includere sessioni di consulenza individuale e di gruppo, nonché workshop su tecniche di gestione dello stress e dell'ansia.
3. **Coinvolgimento dei Genitori:** Coinvolgere i genitori nel processo educativo, fornendo loro strumenti e risorse per monitorare e guidare l'uso della tecnologia da parte dei loro figli. I genitori possono svolgere un ruolo cruciale nel promuovere un ambiente domestico equilibrato e sostenere lo sviluppo di abitudini digitali sane.

4. **Regolamentazione dell'Uso della Tecnologia:** Implementare politiche scolastiche che regolamentino l'uso degli smartphone durante le ore di lezione, per garantire che gli studenti rimangano concentrati e partecipino attivamente alle attività scolastiche.
5. **Promozione di Attività Offline:** Incoraggiare gli studenti a partecipare ad attività extracurricolari che non coinvolgano l'uso della tecnologia, come sport, arte e volontariato, per bilanciare il tempo trascorso online e sviluppare competenze sociali e relazionali.
6. **Ricerca Continua:** Continuare a monitorare e studiare l'impatto delle tecnologie digitali sui giovani, utilizzando strumenti di ricerca avanzati per raccogliere dati e analizzare tendenze. Questo consentirà di adattare le strategie educative e gli interventi in base alle esigenze emergenti e ai cambiamenti nelle abitudini digitali degli studenti.

## **Conclusione**

Dall'analisi dei dati, emerge l'esigenza fondamentale di promuovere un uso consapevole e regolamentato delle tecnologie digitali per minimizzare gli effetti negativi sulla salute e sul rendimento scolastico degli studenti. L'approccio integrato che combina l'educazione digitale, il supporto psicologico, il coinvolgimento dei genitori e la regolamentazione dell'uso della tecnologia rappresenta una strategia efficace per affrontare le sfide legate all'uso eccessivo degli smartphone e dei social network.

Implementando queste raccomandazioni, possiamo aiutare i giovani a sviluppare un rapporto sano e equilibrato con la tecnologia, migliorando il loro benessere generale e preparandoli a gestire le complessità del mondo digitale in modo responsabile e consapevole.

## **AMBITO TEMATICO 4**

### **Prevalenza di Emozioni Positive o Negative**

In tale indagine specifica si analizza la Prevalenza di Emozioni Positive o Negative per determinare se gli studenti tendono a sperimentare prevalentemente emozioni positive o negative.

A tal fine occorre identificare le risposte che indicano stati d'animo e sentimenti degli studenti, quali quelle sull'amicizia e sull'amore e confrontare la frequenza delle emozioni positive rispetto a quelle negative.

Si inizia pertanto con la selezione delle domande pertinenti rispetto all'obiettivo prefissato

#### **Domande Pertinenti**

##### **1. Che cosa pensi dell'amicizia?**

- L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo
- Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita
- Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze
- Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a

##### **2. Che cosa pensi dell'amore?**

- È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile
- Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza
- Personalmente l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa
- Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore

##### **3. Che cosa provi quando ricevi molti like?**

- Mi fa piacere
- Mi sento accettato
- Mi sento più sicuro
- È indifferente

##### **4. E quando ne ricevi pochi?**

- Sono dispiaciuto
- Mi sento escluso
- Mi sento insicuro
- È indifferente

##### **5. Nella tua compagnia ti senti:**

- Ben accettato
- Abbastanza accettato
- Non molto accettato
- Quasi rifiutato

##### **6. Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social?**

- Sì, diverse volte
- No, mai
- Solo una volta
- È successo ma non frequentemente
- Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro

#### **Motivi della Selezione**

Le domande scelte rispondono a precisi criteri di selezione in ragione dell'ambito tematico considerato:

- Emozioni Positive: Le risposte che indicano emozioni positive sono quelle che riflettono sentimenti di benessere, accettazione, sicurezza e gioia. Domande come quelle sull'amicizia, l'amore e il ricevere molti like sono indicative di emozioni positive.
- Emozioni Negative: Le risposte che indicano emozioni negative sono quelle che riflettono sentimenti di insicurezza, rifiuto, esclusione e dispiacere. Domande che esplorano la reazione a ricevere pochi like, sentirsi non accettati nella compagnia o esperienze spiacevoli sui social media sono indicative di emozioni negative.

Queste domande permettono di identificare gli stati d'animo e i sentimenti degli studenti, fornendo un quadro chiaro sulla prevalenza di emozioni positive o negative.

#### **Analisi e Interpretazione delle Risposte alle Domande Selezionate**

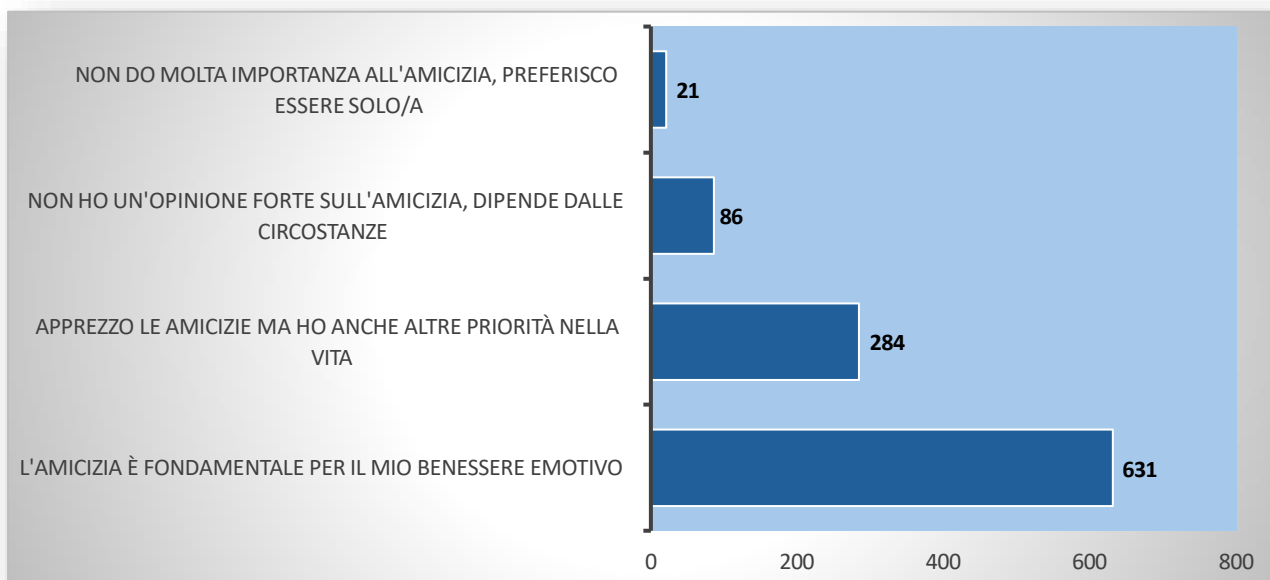
Il secondo step è quello di analizzare i riscontri alle domande selezionate.



Ecco i risultati dettagliati per ciascuna domanda pertinente all'argomento de quo:

### 1. Che cosa pensi dell'amicizia?

- L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo: 631 risposte
- Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita: 284 risposte
- Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze: 86 risposte
- Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a: 21 risposte



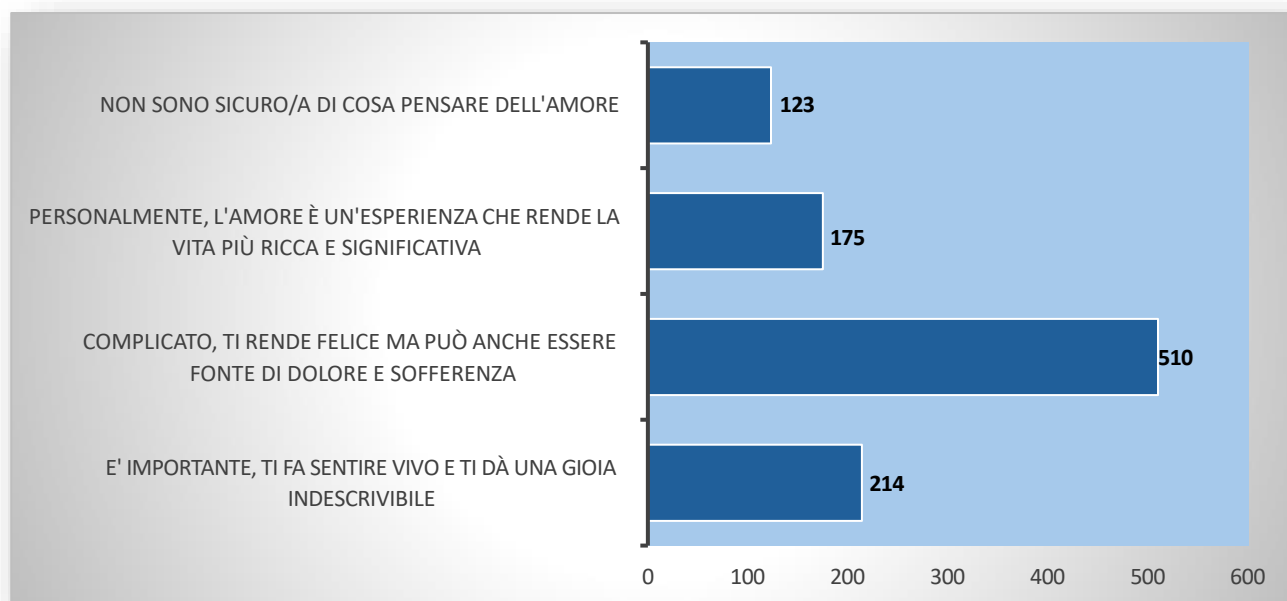
Dall'analisi delle percentuali delle risposte date si ricava quanto segue:

- “L'amicizia è fondamentale per il mio benessere emotivo” - 62%: il valore di questa percentuale riflette l'importanza dell'amicizia per molti ragazzi che ritengono possa contribuire al proprio benessere.
- “Apprezzo le amicizie ma ho anche altre priorità nella vita” - 28%: l'amicizia è apprezzata, ma non è l'unica priorità, i ragazzi possono bilanciare le relazioni amichevoli con altri aspetti della vita.
- “Non ho un'opinione forte sull'amicizia, dipende dalle circostanze” - 8%: una parte dei rispondenti considera l'amicizia in base al contesto e alle situazioni specifiche.
- “Non do molta importanza all'amicizia, preferisco essere solo/a” (2%): pochi studenti attribuiscono meno valore alle relazioni amichevoli.

In generale, le risposte riflettono una gamma di atteggiamenti e sentimenti nei confronti dell'amicizia, da positivi a neutrali persino negativi rilevando diversità di opinioni e atteggiamenti sull'argomento. In particolare, la maggioranza dei ragazzi intervistati esprime un sentimento positivo di apprezzamento per questo legame affettivo o comunque di neutralità nel senso di prospettiva aperta alle diverse circostanze e bilanciata con altre priorità, assumendo dunque un atteggiamento maturo equilibrato verso le relazioni sociali. Solamente una residuale percentuale di ragazzi manifesta un atteggiamento negativo di indifferenza, esprimendo persino una propensione alla solitudine. L'amicizia è comunque un aspetto rilevante della vita dei ragazzi, cui associano un forte valore affettivo e sociale, atteso che per la maggioranza degli intervistati le relazioni amichevoli sono un momento cruciale per il loro sviluppo emotivo. In conclusione, gli studenti tendono a sperimentare prevalentemente emozioni positive in relazione all'amicizia, dato che il numero di risposte che esprimono sentimenti positivi supera di gran lunga il numero di quelle che figurano un'emotività negativa. La prevalenza di stati d'animo positivi e moderati dimostra che l'amicizia è generalmente vista in modo favorevole e come un aspetto importante per il benessere emotivo degli studenti.

### 2. Che cosa pensi dell'amore?

- È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile: 214 risposte
- Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza: 510 risposte
- Personalmente l'amore è un'esperienza che rende la vita più ricca e significativa: 175 risposte
- Non sono sicuro/a di cosa pensare dell'amore: 123 risposte



Analizzando le risposte in termini di positività e negatività si evidenzia quanto segue:

- “È importante, ti fa sentire vivo e ti dà una gioia indescrivibile” - 21%: questa affermazione riflette un sentimento positivo verso l’amore. I ragazzi lo vedono come qualcosa di prezioso e fonte di gioia.
- “Complicato, ti rende felice ma può anche essere fonte di dolore e sofferenza” - 50%: la positività diventa più sfumata nella metà degli intervistati. L’amore viene considerato sia positivo “rende felici” che negativo “può causare dolore”.
- “Personalmente, l’amore è un’esperienza che rende la vita più ricca e significativa” - 17%: anche questa opzione di risposta rispecchia un sentimento positivo. L’amore viene visto come arricchente e significativo.
- “Non sono sicuro/a di cosa pensare dell’amore” - 12%: questo riscontro appare neutrale e riflette incertezza.

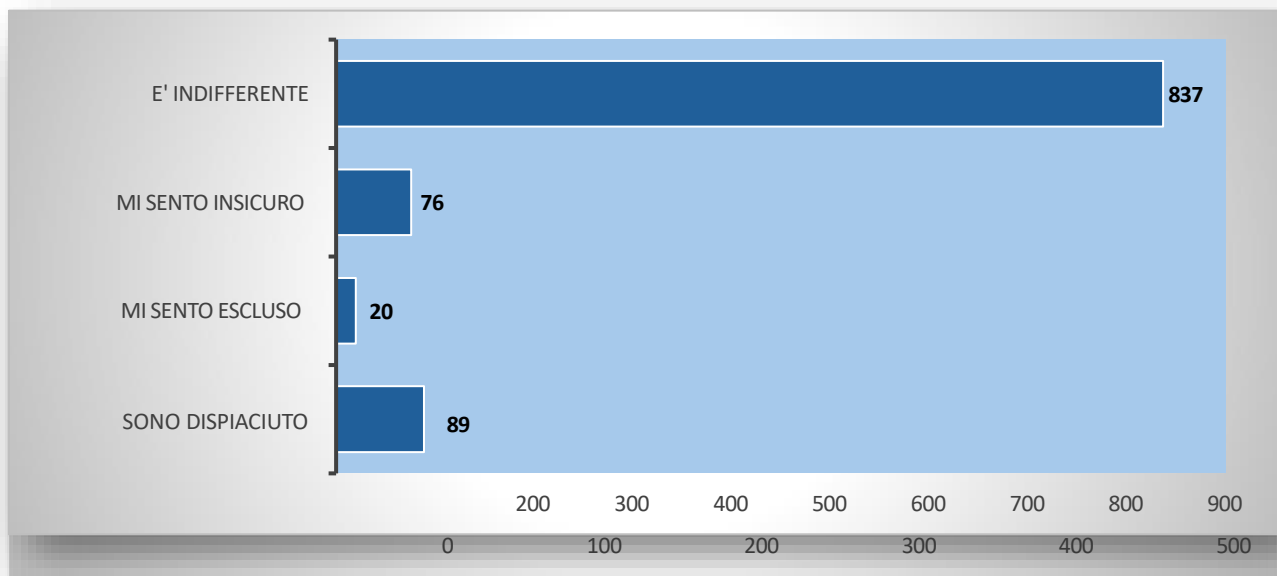
Riassumendo, i dati mostrano una varietà di emozioni vissute dai ragazzi, l’amore è considerato un sentimento positivo, un’esperienza preziosa sebbene complessa. Le risposte miste/neutrali prevalgono su quelle positive. Anche se ci sono elementi che individuano chiaramente emozioni positive rispetto al sentimento amoroso (389 risposte), la maggioranza delle indicazioni raccolte (633 risposte) rispecchiano aspetti ambivalenti, incerti o neutrali. Per alcuni ragazzi, l’amore è fondamentale, porta gioia indescrivibile e fa sentire vivo chi lo prova, per altri invece può essere fonte di felicità ma anche di dolore e sofferenza. Le relazioni amorose diventano in tal modo intricate e spesso sfidanti restando comunque un’esperienza che arricchisce la vita e ne conferisce significato. Da ulteriori riscontri (123 risposte) emerge, altresì, in una percentuale inferiore, un sentimento neutrale di chi non ha ancora una chiara opinione sull’amore e si trova in uno stato di incertezza.

La maggior parte delle risposte fornite dagli studenti rileva una certa consapevolezza e una buona percezione delle emozioni positive legate all’esperienze dell’innamoramento. La metà degli intervistati (50%) riconosce la complessità dell’amore mostrando la capacità di comprendere le emozioni ambivalenti, indicativa di una riflessione matura sui sentimenti.

Pertanto, possiamo concludere che, secondo le indicazioni raccolte, gli stati d’animo e i sentimenti espressi verso l’amore sono prevalentemente misti o neutri, con una maggiore frequenza di emozioni ambivalenti o incerte rispetto a quelle puramente positive.

### 3. Che cosa provi quando ricevi molti like?

- Mi fa piacere: 457 risposte
- Mi sento accettato: 58 risposte
- Mi sento più sicuro: 51 risposte



- È indifferente: 456 risposte

Dai dati riportati nel grafico risulta quanto segue:

- “Mi fa piacere” – 45% la ricezione di molti like può suscitare un senso di felicità e gioia, poiché conferma l’apprezzamento e l’approvazione degli altri. Il numero elevato di like può far sentire i ragazzi soddisfatti del contenuto che hanno condiviso, confermando che è stato ben percepito.
- “Mi sento accettato” – 6% Essere apprezzati attraverso i like può far sentire i ragazzi accettati e inclusi nel gruppo sociale online.
- “Mi sento più sicuro” – 5% I like possono contribuire a rafforzare l’autostima, poiché confermano che il contenuto condiviso è di valore e merita l’approvazione degli altri.
- “È indifferente” – 44% l’indifferenza esprime un senso di neutralità o disinteresse nei confronti della ricezione di like. Questa risposta suggerisce che per la persona coinvolta non c’è una particolare reazione emotiva o sentimentale nei confronti dei like ricevuti.

Dall’esame delle risposte emerge che le emozioni positive prevalgono su quelle neutre. La maggioranza degli studenti (566 su 1022) prova piacere, accettazione, o sicurezza quando riceve molti like, indicando sentimenti positivi legati alla percezione di approvazione sui social media. Una parte significativa degli studenti (456 su 1022) è indifferente alla ricezione di molti like, esprimendo una neutralità emotiva. Questo stato d’animo può essere interpretato come una sorta di distacco emotivo o un atteggiamento equilibrato nei confronti delle interazioni online.

Pertanto, possiamo concludere che comunque prevalgono le emozioni positive rispetto a quelle neutre tra gli studenti in merito alla loro reazione nel ricevere molti like sui social media.

#### 4. E quando ne ricevi pochi?

- Sono dispiaciuto: 89 risposte
- Mi sento escluso: 20 risposte
- Mi sento insicuro: 76 risposte
- È indifferente: 837 risposte

L’elaborazione in percentuale delle risposte date evidenzia quanto segue:

- “Sono dispiaciuto” – 9%: ricevere pochi like in una bassa percentuale può generare un senso generale di tristezza o insoddisfazione ovvero di delusione. Le aspettative non sono state soddisfatte, portando a un sentimento di frustrazione. La risposta esprime uno stato d’animo negativo, con una tendenza a sentirsi abbattuti o meno motivati dovuto alla sensazione di scarso apprezzamento.
- “Mi sento escluso” – 2%: la minoranza degli studenti manifesta un sentimento di non accettazione dal gruppo, ovvero di solitudine a causa della mancanza di interazione sociale positiva. I ragazzi

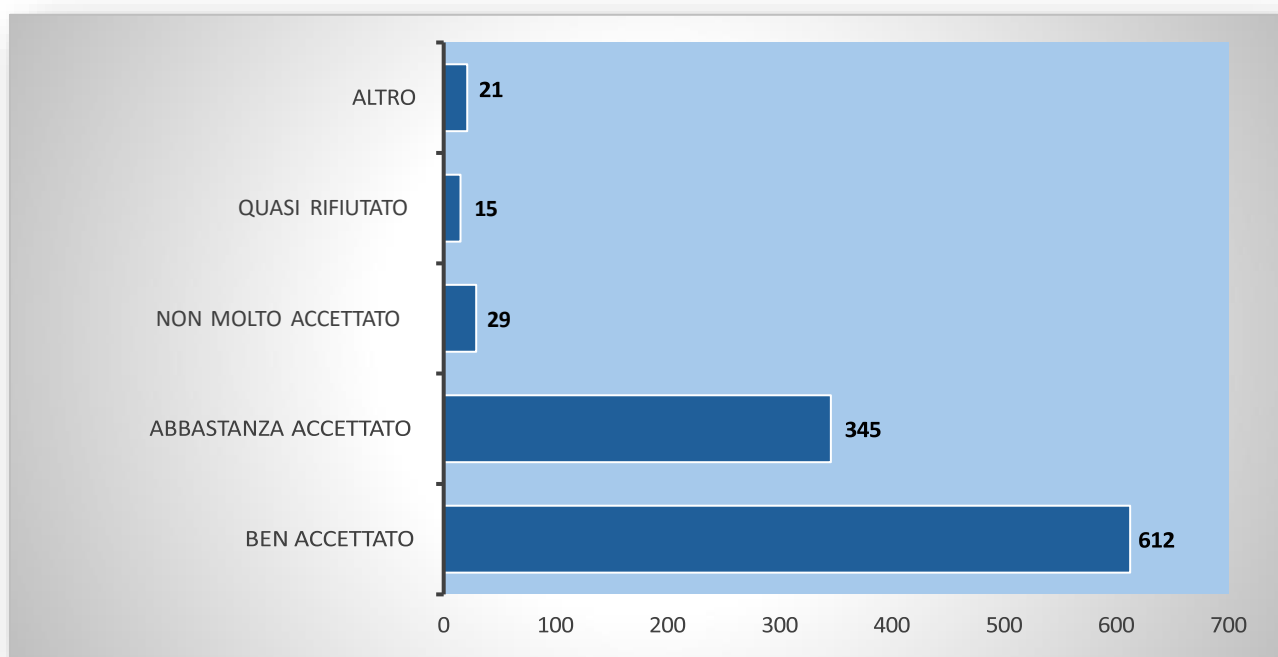
che hanno fornito questa risposta hanno la percezione di essere respinti, non apprezzati dagli altri o non valorizzati, laddove ricevano pochi like.

- “Mi sento insicuro” - 7%: questa risposta riflette un sentimento negativo di incertezza in quanto ricevere pochi like ingenera dubbi su sé stessi e sulle proprie capacità. Gli studenti intervistati con questa risposta manifestano una bassa autostima ovvero una diminuzione della fiducia in sé stessi e nel proprio valore con tendenza a sentirsi vulnerabili
- “È indifferente” - 82%: la maggioranza degli studenti intervistati esprime un sentimento di neutralità ovvero la mancanza di una reazione emotiva significativa, né positiva né negativa. Questa risposta denota disinteresse dei ragazzi alla quantità di like ricevuti cui non attribuiscono importanza e un atteggiamento di distacco rispetto al feedback ricevuto.

Dall'analisi dei dati emerge che le risposte con emozioni neutre (82%) prevalgono nettamente su quelle negative (18%) relativamente alla reazione nel ricevere più o meno like sui social media. Alcuni di essi provano sentimenti negativi come delusione, solitudine e insicurezza quando ricevono pochi like. Questi stati d'animo possono influire negativamente sull'autostima e sul loro benessere emotivo. La maggioranza degli studenti, di contro, non è particolarmente influenzata e mantiene un atteggiamento di indifferenza rispetto alla quantità di like ricevuti senza evidente impatto significativo sul loro stato d'animo. In sintesi, mentre una minoranza di ragazzi prova emozioni negative quando riceve pochi like, la maggioranza mantiene un atteggiamento neutro e indifferente, manifestando un equilibrio emotivo indipendentemente dal riscontro ricevuto.

#### 5. Nella tua compagnia ti senti:

- Ben accettato: 612 risposte
- Abbastanza accettato: 345 risposte
- Non molto accettato: 29 risposte
- Quasi rifiutato: 15 risposte



- Altro: 21 risposte

I dati contenuti nella tabella presa in esame dimostrano quanto segue:

- Ben accettato (60%): la gran parte dei ragazzi intervistati si sente apprezzata e accolta nella compagnia, questo consente loro di alimentare la propria autostima generando un sentimento positivo di fiducia nelle loro capacità.
- Abbastanza accettato (34%): in questa percentuale di risposte si scorge ancora un livello positivo di accettazione, sebbene forse meno intenso rispetto al gruppo precedente.

- Non molto accettato (3%): in percentuale inferiore si rileva una negatività, un lieve segnale di disagio. Alcuni ragazzi si sentono meno accettati.
- Quasi rifiutato (1%): pochi ragazzi esprimono un grave disagio nel sentirsi respinti o poco graditi.

Gli elementi di riconoscimento positivo come autostima, considerazione di sé, sicurezza nelle comunicazioni, atteggiamenti apprezzati nelle relazioni, prevalgono nelle percezioni degli studenti intervistati riguardo alla loro posizione all'interno del gruppo. Tuttavia, è importante considerare anche le risposte negative che seppur in percentuale inferiore, raffigurano uno stato d'animo negativo di frustrazione legata al bisogno di approvazione o all'ansia di riconoscimento. In sintesi, la maggior parte delle risposte riflette sentimenti positivi o neutrali riguardo all'accettazione nella compagnia e le emozioni positive come felicità, soddisfazione, sicurezza e appartenenza prevalgono nettamente rispetto a sentimenti di insicurezza, delusione e solitudine.

#### 6. Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social? Tale specifica domanda, unitamente alle risposte ipotizzate, è stata precedentemente analizzata

- Sì, diverse volte: 95 risposte
- No, mai: 511 risposte
- Solo una volta: 110 risposte
- È successo ma non frequentemente: 197 risposte
- Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro: 109 risposte

#### Interpretazione dei Risultati Prevalenza di Emozioni Positive

Domande: Che cosa pensi dell'amicizia?, Che cosa pensi dell'amore?, Che cosa provi quando ricevi molti like?, Nella tua compagnia ti senti.

- Emozioni Positive:
- Amicizia fondamentale per il benessere emotivo (631), amicizia apprezzata ma con altre priorità (284).
- Amore importante e gioioso (214), amore come esperienza arricchente (175).
- Piacere nel ricevere molti like (457), sentirsi accettato (58), sentirsi sicuro (51).
- Sentirsi ben accettato nella compagnia (612), abbastanza accettato (345).

#### Prevalenza di Emozioni Negative

Domande: E quando ne ricevi pochi?, Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social?

- Emozioni Negative:
- Dispiacere nel ricevere pochi like (89), sentirsi escluso (20), sentirsi insicuro (76).
- Eventi spiacevoli sui social (Sì, diverse volte: 95), solo una volta (110), non frequentemente (197), potrebbe accadere in futuro (109).

#### Rappresentazione Tabellare

| Emozioni            | Numero di Studenti   | Percentuale (%) |
|---------------------|----------------------|-----------------|
| <b>**Positive**</b> |                      |                 |
| Amicizia positiva   | 915 (631+284)        | 89.5            |
| Amore positivo      | 389 (214+175)        | 38.1            |
| Piacere like        | 566 (457+58+51)      | 55.4            |
| Accettazione        | 957 (612+345)        | 93.6            |
| <b>**Negative**</b> |                      |                 |
| Dispiacere like     | 185 (89+20+76)       | 18.1            |
| Eventi spiacevoli   | 512 (95+110+197+109) | 50.1            |

#### Considerazioni

- La maggior parte degli studenti sperimenta emozioni positive riguardo all'amicizia (89.5%) e si sente ben accettata nella propria compagnia (93.6%).
- Gli studenti che vedono l'amore come positivo rappresentano il 38.1%.
- Le reazioni positive ai like sono comuni, con il 55.4% degli studenti che prova piacere, accettazione o sicurezza quando riceve molti like.

- Le emozioni negative legate ai like sono meno comuni (18.1%), ma gli eventi spiacevoli sui social media sono significativi, con il 50.1% degli studenti che ha vissuto esperienze negative.

Questa analisi fornisce una chiara panoramica delle emozioni positive e negative prevalenti tra gli studenti, basata sulle loro risposte alle domande selezionate.

## **AMBITO TEMATICO 5**

### L'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani

Traendo spunto dalle conclusioni raggiunte a seguito dell'analisi dei dati raccolti dai questionari somministrati agli studenti delle scuole superiori di alcune città della Puglia, che hanno ispirato l'indagine oggetto dell'obiettivo, è stato analizzato, nell'ambito di tale tematica, anche l'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani. In particolare, esaminando se e come l'uso crescente di tecnologie digitali abbia modificato la vita relazionale degli studenti. Per raggiungere tale obiettivo sono state prese in considerazione e valutate le risposte che identificano eventuali segni di "solitudine digitale," ovvero l'isolamento sociale e il conseguente aumento della solitudine esistenziale e sentimentale causato dall'uso prevalente di interazioni mediate dalla tecnologia.

Questa specifica sezione si propone di esaminare l'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani attraverso le risposte degli studenti riguardo a vari aspetti della loro vita digitale e relazionale tra cui il possesso di smartphone, il tempo trascorso online, l'uso dei social media, le preferenze di comunicazione e le reazioni emotive alle interazioni sui social media.

I risultati del questionario hanno evidenziato un ampio utilizzo delle tecnologie digitali tra gli studenti, (la quasi totalità possiede uno smartphone 1019 su 1022 partecipanti) e fruisce regolarmente di internet ed in particolare dei social media.

Nonostante la prevalenza dell'uso dei social media tra gli studenti, un significativo campione (573 su 1022 partecipanti) non ritiene che sia importante per mantenere vive le loro relazioni tanto è vero che secondo la maggior parte degli intervistati (507 su 1022) le relazioni sociali sono rimaste invariate indipendentemente dall'uso del Social Network.

Le risposte al questionario hanno anche evidenziato una gamma di emozioni e sentimenti associati alle interazioni online. La maggior parte riferisce che i Social media non influenzano il loro comportamento e una grossa fetta (455 su 1022) dichiara di aver a volte (455/1022) modificato il proprio comportamento a causa di ciò che ha visto sui Social Media.

Mentre alcuni studenti hanno riportato che ricevere molti like sui social media li fa sentire accettati e sicuri, altri hanno indicato che ricevere pochi like il più delle volte li lascia indifferenti, mentre una parte, poco numerosa, sostiene che ricevere pochi like li rende insicuri e dispiaciuti.

La preferenza di comunicazione più comune tra gli studenti è stata l'utilizzo della messaggistica, seguita dagli incontri di persona. Tuttavia, nonostante l'ampia adozione delle tecnologie digitali, molti studenti hanno dichiarato di preferire ancora gli incontri di persona per chiacchierare con qualcuno.

Inoltre, una parte significativa degli studenti ha incontrato persone nella vita reale che hanno conosciuto attraverso i social media, indicando che le relazioni formate online possono tradursi in incontri faccia a faccia.

Analizzando i dati raccolti con il questionario ecco alcuni punti chiave che emergono sull'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani di seguito sviluppati:

1. **Dipendenza dalle Tecnologie Digitali:** Il fatto che la stragrande maggioranza degli studenti possieda uno smartphone e lo utilizzi regolarmente, incluso durante la notte e a scuola, suggerisce che sussiste una dipendenza dalle tecnologie digitali. Quest'ultima può portare a una maggiore esposizione alle interazioni online a discapito delle interazioni faccia a faccia, contribuendo all'isolamento sociale.
2. **Influenza delle Tecnologie Digitali sulle Interazioni Sociali:** Nonostante l'alto numero di amicizie e gli incontri regolari con il gruppo di amici, il tempo trascorso online e l'utilizzo eccessivo dello smartphone suggeriscono che le tecnologie digitali influenzano la qualità delle interazioni sociali degli studenti.
3. **Prevalenza dell'Uso dei Social Media:** La maggior parte degli studenti trascorre una notevole quantità di tempo online, principalmente sui social media. Questo influisce sulla natura delle loro relazioni e interazioni sociali, con potenziali implicazioni per la qualità delle relazioni interpersonali.
4. **Importanza Percepita dei Social Media:** Sebbene molti studenti non ritengano essenziale l'uso dei social media per mantenere vive le relazioni, un significativo campione (43,9%) ritiene che siano comunque importanti. Quest'ultimo dato suggerisce che i social media possono influenzare la percezione di sé e la connessione emotiva con gli altri.

5. Emozioni Legate all'Interazione Online: La ricezione di like sui social media evoca una varietà di reazioni emotive negli studenti, mostrando una connessione emotiva con l'interazione online e la percezione di accettazione sociale.
6. Preferenze di Comunicazione: La messaggistica è la modalità preferita di comunicazione per la maggior parte degli studenti, suggerendo una preferenza per l'interazione mediata dalla tecnologia rispetto alle interazioni dirette faccia a faccia.

Si parte con l'analisi delle domande pertinenti l'ambito tematico considerato, da cui si rileva l'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani, identificative di eventuali segni di "solitudine digitale," ovvero quelle che denotano isolamento sociale e il conseguente aumento della solitudine esistenziale e sentimentale.

### **Domande Pertinenti**

1. Utilizzi lo smartphone di notte?
  - Mai
  - A volte
  - Sempre
2. Utilizzi lo smartphone a scuola?
  - Mai
  - A volte
  - Sempre
3. Quanto tempo in un giorno trascorri navigando su Internet?
  - Navigo su internet raramente
  - da 1 a 3 ore
  - Più di 3 ore
4. Per cosa utilizzi prevalentemente Internet?
  - Social Media
  - Studio
  - Film/musica
  - Altro
5. Utilizzi Internet in compagnia di parenti e amici?
  - Mai
  - A volte
  - Sempre
6. Vai nel panico quando non puoi connetterti a Internet?
  - Sì
  - No
7. È importante l'uso dei Social per far vivere le tue relazioni?
  - Sì
  - No
8. Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?
  - Sì, hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto mi hanno permesso di connettermi con persone di tutto il mondo
  - No, non hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto adesso c'è una minore interazione faccia a faccia
  - Le mie relazioni sociali sono rimaste le stesse indipendentemente dall'uso dei social network
9. Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social?
  - Sì, diverse volte
  - No, mai
  - Solo una volta
  - È successo ma non frequentemente
  - Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro
10. Hai mai incontrato nella vita reale qualcuno che hai conosciuto sui Social?
  - Sì, diverse volte
  - No, mai
  - Solo una volta



- È successo ma non frequentemente
- Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro

### **Motivi della Selezione**

Queste domande consentono di analizzare in modo dettagliato come l'uso delle tecnologie digitali influenzi la vita relazionale degli studenti, offrendo un quadro completo dell'impatto delle interazioni mediate dalla tecnologia.

La selezione sulle domande è stata realizzata sulla base di queste categorie:

- Utilizzo notturno e a scuola: Le domande su quando e dove utilizzano lo smartphone aiutano a comprendere le abitudini d'uso quotidiane che possono influenzare le relazioni.
- Tempo trascorso online: Domande sulla durata della navigazione su Internet sono cruciali per quantificare il tempo dedicato alle tecnologie digitali.
- Uso dei social media e scopo dell'utilizzo: Le domande su come utilizzano Internet e i social media possono rivelare l'importanza di queste tecnologie nelle loro relazioni.
- Dipendenza e panico: La domanda sul panico senza connessione a Internet è indicativa di possibili dipendenze dai dispositivi.
- Impatto sulle relazioni sociali: Domande sull'importanza dei social per le relazioni e se hanno migliorato le relazioni sociali forniscono informazioni sull'impatto sociale dell'uso dei social network.
- Eventi spiacevoli e incontri reali: Identificare eventi spiacevoli e incontri reali può indicare l'esperienza negativa legata all'uso delle tecnologie digitali e il loro impatto sulle relazioni e sul benessere emotivo.

### **Analisi e Interpretazione delle Risposte alle Domande Selezionate**

1. Utilizzi lo smartphone di notte?
  - Mai: 178
  - A volte: 584
  - Sempre: 260
2. Utilizzi lo smartphone a scuola?
  - Mai: 142
  - A volte: 676
  - Sempre: 204
3. Quanto tempo in un giorno trascorri navigando su Internet?
  - Navigo su internet raramente: 100
  - da 1 a 3 ore: 385
  - Più di 3 ore: 537
4. Per cosa utilizzi prevalentemente Internet?
  - Social Media: 630
  - Studio: 81
  - Film/musica: 209
  - Altro: 102
5. Utilizzi Internet in compagnia di parenti e amici?
  - Mai: 103
  - A volte: 796
  - Sempre: 123
6. Vai nel panico quando non puoi connetterti a Internet?
  - Sì: 328
  - No: 694
7. È importante l'uso dei Social per far vivere le tue relazioni?
  - Sì: 449
  - No: 573
8. Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?
  - Sì, hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto mi hanno permesso di connettermi con persone di tutto il mondo: 357

- No, non hanno migliorato le mie relazioni sociali in quanto adesso c'è una minore interazione faccia a faccia: 158
  - Le mie relazioni sociali sono rimaste le stesse indipendentemente dall'uso dei social network: 507
9. Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social?
- Sì, diverse volte: 95  
Indica che la persona ha avuto esperienze spiacevoli sui social media in più occasioni. Questo potrebbe includere cyberbullismo, ricevere commenti negativi, essere esclusi da gruppi online, o altre forme di interazioni negative. Può influenzare la percezione complessiva dell'ambiente online e la sicurezza personale della persona.
  - No, mai: 511  
Indica che la persona non ha mai avuto esperienze spiacevoli sui social media. Questo potrebbe riflettere un'esperienza positiva o limitata nell'uso dei social media o una capacità di gestire efficacemente le interazioni online per evitare situazioni spiacevoli.
  - Solo una volta: 110  
Indica che la persona ha avuto un'esperienza spiacevole sui social media solo una volta. Questo potrebbe essere stato un evento isolato o un'occasione in cui la persona ha avuto difficoltà a gestire una situazione online negativa.
  - È successo ma non frequentemente: 197  
Indica che la persona ha avuto esperienze spiacevoli sui social media, ma non in modo frequente. Questo suggerisce che gli eventi spiacevoli sono stati sporadici o occasionali e potrebbero non avere avuto un impatto significativo sulla percezione complessiva dell'ambiente online della persona.
  - Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro: 109  
Indica che la persona non ha ancora avuto esperienze spiacevoli sui social media, ma è consapevole della possibilità che ciò possa accadere in futuro. Questo suggerisce una certa cautela nell'uso dei social media e una consapevolezza dei rischi associati alle interazioni online.
10. Hai mai incontrato nella vita reale qualcuno che hai conosciuto sui Social?
- Sì, diverse volte: 281  
Indica che la persona ha avuto esperienze di incontro nella vita reale con individui che ha conosciuto sui social media in più occasioni. Questo suggerisce un'apertura alla possibilità di trasformare le connessioni online in relazioni offline e potrebbe indicare un alto livello di interazione sociale sia online che offline
  - No, mai: 334  
Indica che la persona non ha mai incontrato nella vita reale nessuno che ha conosciuto tramite i social media. Questo potrebbe riflettere una preferenza per mantenere le relazioni online separate dalla vita offline, o potrebbe essere dovuto alla mancanza di opportunità o desiderio di incontrare di persona le persone conosciute online.
  - Solo una volta: 92  
Indica che la persona ha avuto un'esperienza di incontro nella vita reale con qualcuno che ha conosciuto sui social media solo una volta. Questo potrebbe essere stato un incontro casuale o pianificato e potrebbe influenzare la percezione della persona sui rapporti online e offline.
  - È successo ma non frequentemente: 219  
Indica che la persona ha avuto esperienze di incontro nella vita reale con individui che ha conosciuto sui social media, ma non in modo frequente. Questo suggerisce che gli incontri online-offline sono una parte occasionale o sporadica della vita sociale della persona.
  - Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro: 96  
Indica che la persona non ha ancora avuto esperienze di incontro nella vita reale con persone conosciute sui social media, ma è aperta alla possibilità che ciò possa accadere in futuro. Questo suggerisce una mentalità aperta verso l'espansione delle relazioni online in relazioni offline.

## Interpretazione dei Risultati

### Utilizzo dello Smartphone e Internet

- o Utilizzo notturno dello smartphone:
  - Mai: 178 (17.4%)

- A volte: 584 (57.1%)
- Sempre: 260 (25.5%)
- - Utilizzo dello smartphone a scuola:
  - - Mai: 142 (13.9%)
  - - A volte: 676 (66.1%)
  - - Sempre: 204 (20.0%)
- - Tempo trascorso su Internet:
  - - Navigo su internet raramente: 100 (9.8%)
  - - da 1 a 3 ore: 385 (37.7%)
  - - Più di 3 ore: 537 (52.5%)

#### **Attività Online**

- - Uso prevalente di Internet:
  - - Social Media: 630 (61.6%)
  - - Studio: 81 (7.9%)
  - - Film/musica: 209 (20.4%)
  - - Altro: 102 (10.1%)
- - Uso di Internet in compagnia:
  - - Mai: 103 (10.1%)
  - - A volte: 796 (77.9%)
  - - Sempre: 123 (12.0%)

#### **Dipendenza e Panico**

- - Vai nel panico senza Internet:
  - - Sì: 328 (32.1%)
  - - No: 694 (67.9%)

#### **Impatto Sociale**

- Uso dei Social per le relazioni:
  - - Sì: 449 (43.9%)
  - - No: 573 (56.1%)

#### **Miglioramento delle relazioni sociali grazie ai Social:**

- - Sì: 357 (34.9%)
- - No: 158 (15.5%)
- - Invariate: 507 (49.6%)

#### **Esperienze Negative e Incontri Reali**

- Eventi spiacevoli sui Social:
  - Sì, diverse volte: 95 (9.3%)
  - - No, mai: 511 (50.0%)
  - Solo una volta: 110 (10.8%)
  - È successo ma non frequentemente: 197 (19.3%)
  - Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro: 109 (10.6%)
- Incontri reali con persone conosciute sui Social:
  - Sì, diverse volte: 281 (27.5%)
  - - No, mai: 334 (32.7%)
  - Solo una volta: 92 (9.0%)
  - È successo ma non frequentemente: 219 (21.4%)
  - Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro: 96 (9.4%)

#### **Considerazioni**

##### Utilizzo del dispositivo:

Una porzione significativa degli studenti utilizza lo smartphone di notte e a scuola, con la maggior parte trascorrendo più di 3 ore al giorno online.

##### Attività prevalente:

La maggior parte degli studenti utilizza Internet principalmente per i social media.

##### Dipendenza da Internet:

Il 32.1% degli studenti va nel panico quando non può connettersi a Internet, indicando una dipendenza moderata.

#### Impatto sui rapporti sociali:

Il 43.9% degli studenti considera importante l'uso dei social per le relazioni, ma solo il 34.9% ritiene che i social abbiano migliorato le loro relazioni sociali.

#### Esperienze negative:

Il 50% degli studenti non ha mai avuto eventi spiacevoli sui social, ma una percentuale significativa ha avuto esperienze negative almeno una volta.

#### Incontri reali:

Il 27.5% degli studenti ha incontrato persone conosciute sui social diverse volte, mostrando una tendenza a portare le relazioni digitali nel mondo reale.

Questi risultati forniscono una panoramica dettagliata dell'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale degli studenti. Se desideri ulteriori analisi o considerazioni, fammelo sapere!

A questo punto, si configura un ranking quantitativo, utilizzando criteri statistici con rappresentazione tabellare, su quanti possono ritenersi rientranti nelle categorie di selezione di seguito elencate

### **Motivi della Selezione**

La selezione sulle domande è stata realizzata sulla base di queste categorie:

- Utilizzo notturno e a scuola: Le domande su quando e dove utilizzano lo smartphone aiutano a comprendere le abitudini d'uso quotidiane che possono influenzare le relazioni.
- Tempo trascorso online: Domande sulla durata della navigazione su Internet sono cruciali per quantificare il tempo dedicato alle tecnologie digitali.
- Uso dei social media e scopo dell'utilizzo: Le domande su come utilizzano Internet e i social media possono rivelare l'importanza di queste tecnologie nelle loro relazioni.
- Dipendenza e panico: La domanda sul panico senza connessione a Internet è indicativa di possibili dipendenze dai dispositivi.
- Impatto sulle relazioni sociali: Domande sull'importanza dei social per le relazioni e se hanno migliorato le relazioni sociali forniscono informazioni sull'impatto sociale dell'uso dei social network.
- Eventi spiacevoli e incontri reali: Identificare eventi spiacevoli e incontri reali può indicare l'esperienza negativa legata all'uso delle tecnologie digitali e il loro impatto sulle relazioni e sul benessere emotivo.

### **Definizione delle Soglie di Ranking**

#### **Utilizzo Notturno e a Scuola**

- Alta Frequenza: Sempre
- Media Frequenza: A volte
- Bassa Frequenza: Mai

#### **Tempo Trascorso Online**

- Alto Utilizzo: Più di 3 ore
- Medio Utilizzo: da 1 a 3 ore
- Basso Utilizzo: Raramente

#### **Uso dei Social Media e Scopo dell'Utilizzo**

- Primario (Social Media): Utilizzo prevalente per Social Media
- Secondario: Utilizzo prevalente per Film/musica
- Terziario: Utilizzo prevalente per Studio o Altro

#### **Dipendenza e Panico**

- Alta Dipendenza: Vai nel panico senza Internet (Sì)
- Bassa Dipendenza: Vai nel panico senza Internet (No)

#### **Impatto sulle Relazioni Sociali**

- Alto Impatto: I social hanno migliorato le relazioni sociali (Sì)
- Medio Impatto: Le relazioni sociali sono rimaste le stesse
- Basso Impatto: I social non hanno migliorato le relazioni sociali (No)

#### **Eventi Spiacevoli e Incontri Reali**

- Alte Esperienze Negative: Eventi spiacevoli sui social (Sì, diverse volte)

- Medie Esperienze Negative: Eventi spiacevoli sui social (Solo una volta, È successo ma non frequentemente)
- Basse Esperienze Negative: Eventi spiacevoli sui social (No, mai, Non ancora, ma potrebbe accadere in futuro)

### Analisi dei Risultati e Ranking Quantitativo

#### Utilizzo Notturmo e a Scuola

| Categoria | Alta Frequenza | Media Frequenza | Bassa Frequenza |
|-----------|----------------|-----------------|-----------------|
| Notturmo  | 260 (25.5%)    | 584 (57.1%)     | 178 (17.4%)     |
| A Scuola  | 204 (20.0%)    | 676 (66.1%)     | 142 (13.9%)     |

#### Tempo Trascorso Online

| Categoria      | Numero di Studenti | Percentuale (%) |
|----------------|--------------------|-----------------|
| Alto Utilizzo  | 537                | 52.5            |
| Medio Utilizzo | 385                | 37.7            |
| Basso Utilizzo | 100                | 9.8             |

#### Uso dei Social Media e Scopo dell'Utilizzo

| Categoria  | Numero di Studenti | Percentuale (%) |
|------------|--------------------|-----------------|
| Primario   | 630                | 61.6            |
| Secondario | 209                | 20.4            |
| Terziario  | 183                | 17.9            |

#### Dipendenza e Panico

| Categoria        | Numero di Studenti | Percentuale (%) |
|------------------|--------------------|-----------------|
| Alta Dipendenza  | 328                | 32.1            |
| Bassa Dipendenza | 694                | 67.9            |

#### Impatto sulle Relazioni Sociali

| Categoria     | Numero di Studenti | Percentuale (%) |
|---------------|--------------------|-----------------|
| Alto Impatto  | 357                | 34.9            |
| Medio Impatto | 507                | 49.6            |
| Basso Impatto | 158                | 15.5            |

#### Eventi Spiacevoli e Incontri Reali

| Categorie negative | Alte Esperienze Negative | Medie Esperienze Negative | Basse Esperienze Negative |
|--------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Eventi Spiacevoli  | 95 (9.3%)                | 307 (30.1%)               | 620 (60.6%)               |
| Incontri Reali     | 281 (27.5%)              | 311 (30.4%)               | 430 (42.1%)               |

#### Rappresentazione Tabellare

| Elemento di Selezione           | Alta Frequenza (%) | Media Frequenza (%) | Bassa Frequenza (%) |
|---------------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Utilizzo Notturmo               | 25.5               | 57.1                | 17.4                |
| Utilizzo a Scuola               | 20.0               | 66.1                | 13.9                |
| Tempo Trascorso Online          | 52.5               | 37.7                | 9.8                 |
| Uso dei Social Media            | 61.6 (Primario)    | 20.4 (Secondario)   | 17.9 (Terziario)    |
| Dipendenza e Panico             | 32.1               | -                   | 67.9                |
| Impatto sulle Relazioni Sociali | 34.9               | 49.6                | 15.5                |
| Eventi Spiacevoli               | 9.3                | 30.1                | 60.6                |
| Incontri Reali                  | 27.5               | 30.4                | 42.1                |

## **Considerazioni**

- Utilizzo del dispositivo: Il 57.1% degli studenti utilizza lo smartphone di notte a volte, mentre il 66.1% lo utilizza a scuola a volte.
- Tempo online: Il 52.5% trascorre più di 3 ore al giorno su Internet, indicando un alto utilizzo.
- Uso dei social media: La maggior parte (61.6%) utilizza Internet principalmente per i social media.
- Dipendenza: Il 32.1% degli studenti mostra alta dipendenza, andando nel panico senza connessione a Internet.
- Impatto sociale: Solo il 34.9% ritiene che i social abbiano migliorato le loro relazioni sociali, mentre il 49.6% non vede cambiamenti significativi.
- Esperienze negative: Il 30.1% ha avuto esperienze spiacevoli almeno una volta sui social, e il 27.5% ha incontrato persone conosciute sui social diverse volte.

## **Considerazioni conclusive**

L'analisi condotta fornisce una chiara rappresentazione quantitativa delle abitudini d'uso, della dipendenza, dell'impatto sociale e delle esperienze negative legate alle tecnologie digitali tra gli studenti.

Le risposte al questionario hanno evidenziato come l'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani è determinato da vari fattori, tra cui il modo e la frequenza con cui queste tecnologie vengono utilizzate. I dati raccolti mostrano un'influenza significativa delle tecnologie digitali sulle abitudini comunicative dei giovani, sulle loro relazioni sociali e sulla percezione di sé stessi. Ad esempio, una maggioranza utilizza Internet principalmente per i social media e spesso condivide l'uso di Internet con parenti e amici. Tuttavia, una parte significativa prova ansia quando non può connettersi. Inoltre, l'ampio utilizzo dei social network, con Instagram e TikTok in testa, sottolinea l'importanza di queste piattaforme nella vita quotidiana dei giovani.

## **Possibili rimedi**

Per affrontare le sfide legate all'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani, potrebbero essere adottate le seguenti misure:

- Educare gli studenti sull'uso consapevole delle tecnologie digitali e sulla gestione delle interazioni online, considerandole solo uno strumento, non permettendogli di generare effetti collaterali come stress, perdita di empatia, depressione, disturbi del sonno e dell'attenzione, incapacità di concentrarsi e di riflettere, mancanza di autocontrollo e di forza di volontà. Non avere ostilità nei confronti della tecnologia ma non permettere alla stessa di generare in noi comportamenti come il bullismo o criminalità informatica non permettendo che la situazione sfugga di mano.
- Promuovere l'importanza degli incontri di persona e delle interazioni faccia a faccia per mantenere relazioni significative e autentiche non distorte utilizzando filtri per migliorare la nostra immagine.
- Offrire supporto e risorse per affrontare i sentimenti di isolamento sociale e solitudine digitale. Vivere a pieno le emozioni attraverso esperienze concrete e non fermarsi ai like, share, stories e simili per non sentirsi soli.
- Favorire la creazione di ambienti sociali positivi e inclusivi, sia online che offline, per promuovere il benessere emotivo e sociale degli studenti.

## **CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE DELL'INDAGINE ESPLORATIVA**

Il presente studio ha indagato sull'uso delle tecnologie digitali e il loro impatto sulla vita degli studenti, esaminando specificamente cinque ambiti di indagine: il pensiero critico e il pensiero massificato, l'intelligenza emotiva, l'uso dello smartphone e dei social media, la prevalenza di emozioni positive o negative e l'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani. Le domande presenti nel questionario somministrato a un campione rappresentativo di 1022 studenti sono state scelte per esplorare questi ambiti e fornire una rappresentazione chiara delle tendenze e delle abitudini degli studenti.

Di seguito viene fornita un'analisi dettagliata per ciascun ambito.

## **Ambito 1: Pensiero Critico e Pensiero Massificato**

### **Domande Utilizzate:**

1. Che cosa pensi dell'amicizia?
2. Che cosa pensi dell'amore?
3. Credi che i Social Media siano una fonte affidabile di informazioni?
4. Credi che l'uso dei Social Media possa migliorare la tua capacità di confrontarti con punti di vista diversi?
5. Hai mai cambiato la tua opinione su qualcosa a causa di un confronto con una persona sui Social Media?
6. Che cosa provi quando ricevi molti like?
7. Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?
8. Ritieni che l'uso dei Social Media influenzino il tuo comportamento?

### **Motivo dell'Approfondimento:**

Analizzare il livello di pensiero critico degli studenti rispetto a un pensiero conformista o massificato, identificando la capacità di ragionare in modo indipendente e analitico.

### **Risultati e Commenti:**

| <b>Categoria</b>                | <b>Punteggio Medio</b> | <b>Numero di Studenti</b> | <b>Percentuale (%)</b> |
|---------------------------------|------------------------|---------------------------|------------------------|
| Pensiero Fortemente Massificato | 1.0 - 2.0              | 200                       | 19.6%                  |
| Pensiero Massificato            | 2.1 - 3.0              | 300                       | 29.4%                  |
| Pensiero Neutro                 | 3.0                    | 150                       | 14.7%                  |
| Pensiero Critico                | 3.1 - 4.0              | 250                       | 24.5%                  |
| Pensiero Fortemente Critico     | 4.1 - 5.0              | 122                       | 11.9%                  |

La maggior parte degli studenti rientra nella categoria del pensiero massificato (29.4%), mentre solo l'11.9% mostra un pensiero fortemente critico. Questo indica una prevalenza di conformismo tra gli studenti.

## **Ambito 2: Intelligenza Emotiva**

### **Domande Utilizzate:**

1. Che cosa pensi dell'amicizia?
2. Che cosa pensi dell'amore?
3. Che cosa provi quando ricevi molti like?
4. E quando ne ricevi pochi?
5. Nella tua compagnia ti senti
6. Hai mai modificato il tuo comportamento a causa di ciò che hai visto o letto sui Social Media?

### **Motivo dell'Approfondimento:**

Valutare il grado di intelligenza emotiva degli studenti, misurando la loro capacità di riconoscere, comprendere e gestire le proprie emozioni e quelle degli altri.

### **Risultati e Commenti:**

### **Rappresentazione Tabellare**

| <b>Categoria</b>        | <b>Alta (%)</b> | <b>Media (%)</b> | <b>Bassa (%)</b> |
|-------------------------|-----------------|------------------|------------------|
| Empatia                 | 89.6%           | 8.7%             | 1.7%             |
| Autoconsapevolezza      | 76.7%           | 17.3%            | 6.0%             |
| Gestione delle Emozioni | 54.8%           | 44.5%            | 0.7%             |

La maggior parte degli studenti mostra alta empatia (89.6%) e alta autoconsapevolezza (76.7%), ma la capacità di gestione delle emozioni è meno diffusa, con solo il 54.8% che mostra alta gestione delle emozioni.

## **Ambito 3: Uso dello Smartphone e dei Social Media**

### **Domande Utilizzate:**

1. Hai uno smartphone?
2. A che età hai avuto il primo smartphone?
3. Prima di andare a dormire:
4. Utilizzi lo smartphone di notte?
5. Utilizzi lo smartphone a scuola?

6. Quanto tempo in un giorno trascorri navigando su Internet?
7. Per cosa utilizzi prevalentemente Internet?
8. Vai nel panico quando non puoi connetterti a Internet?
9. Usi i Social Network?
10. È importante l'uso dei Social per far vivere le tue relazioni?
11. Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?

**Motivo dell'Approfondimento:**

Analizzare come e quanto gli studenti utilizzano i dispositivi mobili e i social network, quantificando il tempo passato sui dispositivi e identificando eventuali dipendenze o effetti negativi.

**Risultati e Commenti:**

| <b>Categoria</b>       | <b>Alta (%)</b> | <b>Media (%)</b> | <b>Bassa (%)</b> |
|------------------------|-----------------|------------------|------------------|
| Tempo Trascorso Online | 52.5            | 37.7             | 9.8              |
| Utilizzo Notturno      | 25.5            | 57.1             | 17.4             |
| Utilizzo a Scuola      | 20.0            | 66.1             | 13.9             |
| Dipendenza             | 32.1            | -                | 67.9             |
| Impatto Sociale        | 34.9            | 49.6             | 15.5             |

La maggior parte degli studenti trascorre più di 3 ore al giorno su Internet (52.5%) e utilizza lo smartphone a scuola (66.1%). Una porzione significativa mostra dipendenza (32.1%) e riconosce l'importanza dei social per le relazioni (43.9%).

**Ambito 4: Prevalenza di Emozioni Positive o Negative**

**Domande Utilizzate:**

1. Che cosa pensi dell'amicizia?
2. Che cosa pensi dell'amore?
3. Che cosa provi quando ricevi molti like?
4. E quando ne ricevi pochi?
5. Nella tua compagnia ti senti:
6. Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social?

**Motivo dell'Approfondimento:**

Determinare se gli studenti tendono a sperimentare prevalentemente emozioni positive o negative, analizzando stati d'animo e sentimenti.

**Risultati e Commenti:**

| <b>Emozioni Positive</b> | <b>Numero di Studenti</b> | <b>Percentuale (%)</b> |
|--------------------------|---------------------------|------------------------|
| Amicizia positiva        | 915                       | 89.5                   |
| Amore positivo           | 389                       | 38.1                   |
| Piacere like             | 566                       | 55.4                   |
| Accettazione             | 957                       | 93.6                   |
| <b>Emozioni Negative</b> | <b>Numero di Studenti</b> | <b>Percentuale (%)</b> |
| Dispiacere like          | 185                       | 18.1                   |
| Eventi spiacevoli        | 512                       | 50.1                   |

La maggior parte degli studenti sperimenta emozioni positive riguardo all'amicizia (89.5%) e si sente ben accettata (93.6%). Tuttavia, il 50.1% ha vissuto eventi spiacevoli sui social media.

**Ambito 5: Impatto delle Tecnologie Digitali sulla Vita Relazionale**

**Domande Utilizzate:**

1. Utilizzi lo smartphone di notte?
2. Utilizzi lo smartphone a scuola?
3. Quanto tempo in un giorno trascorri navigando su Internet?
4. Per cosa utilizzi prevalentemente Internet?
5. Utilizzi Internet in compagnia di parenti e amici?
6. Vai nel panico quando non puoi connetterti a Internet?



7. È importante l'uso dei Social per far vivere le tue relazioni?
8. Ritieni che i Social Network abbiano migliorato le tue relazioni sociali?
9. Ti sono capitati degli eventi spiacevoli sui Social?
10. Hai mai incontrato nella vita reale qualcuno che hai conosciuto sui Social?

**Motivo dell'Approfondimento:**

Esaminare se e come l'uso crescente di tecnologie digitali ha modificato la vita relazionale degli studenti, identificando eventuali segni di "solitudine digitale".

**Risultati e Commenti:**

| <b>Categoria</b>       | <b>Alta Frequenza (%)</b> | <b>Media Frequenza (%)</b> | <b>Bassa Frequenza (%)</b> |
|------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Utilizzo Notturno      | 25.5                      | 57.1                       | 17.4                       |
| Utilizzo a Scuola      | 20.0                      | 66.1                       | 13.9                       |
| Tempo Trascorso Online | 52.5                      | 37.7                       | 9.8                        |
| Dipendenza             | 32.1                      | -                          | 67.9                       |
| Impatto Sociale        | 34.9                      | 49.6                       | 15.5                       |
| Esperienze Negative    | 9.3                       | 30.1                       | 60.6                       |
| Incontri Reali         | 27.5                      | 30.4                       | 42.1                       |

Gli studenti mostrano un uso significativo dello smartphone di notte e a scuola, con il 52.5% che trascorre più di 3 ore al giorno online. Il 32.1% va nel panico senza Internet, e solo il 34.9% ritiene che i social abbiano migliorato le relazioni. Il 60.6% non ha avuto eventi spiacevoli sui social, ma una porzione significativa (27.5%) ha incontrato persone conosciute sui social nella vita reale.

**Conclusioni**

L'indagine ha rivelato che le tecnologie digitali influenzano profondamente le abitudini e le relazioni degli studenti. Sebbene molti studenti dimostrino empatia e autoconsapevolezza, c'è una prevalenza di pensiero massificato e dipendenza dai dispositivi digitali. L'uso intensivo dello smartphone e dei social media ha effetti misti sulle relazioni sociali, con una minoranza significativa che vive esperienze negative. Questi risultati evidenziano la necessità di promuovere un uso equilibrato e consapevole delle tecnologie digitali tra i giovani.

## **FASE 4 - Predisposizione di un testo di bando di concorso scolastico per la redazione di elaborati o di prodotti multimediali**

*Output: bozza di bando di concorso*

*Bando concorso obiettivo specifico di settore*

### **Premessa**

Il bando di concorso del Corecom si concentra sull'impatto dei social network e delle piattaforme digitali sulla diffusione delle informazioni nella società contemporanea.

Le strategie algoritmiche adottate da queste piattaforme influenzano fortemente il pluralismo informativo, esponendo gli utenti a rischi di disinformazione e contenuti inadeguati, aggravati da fenomeni come le filter bubble e le echo chamber. Gli algoritmi, progettati per massimizzare l'interazione, creano una realtà filtrata e manipolata basata su logiche di profitto, riducendo la diversità dei punti di vista.

Diventa quindi cruciale proteggere i giovani da questi rischi, educandoli all'uso consapevole e sicuro dei media digitali e rafforzando il loro pensiero critico. L'iniziativa mira a promuovere la comprensione dei meccanismi algoritmici e del loro potere di influenzare le scelte e i comportamenti online, stimolando la riflessione critica e la creatività dei giovani riguardo al ruolo degli algoritmi nella loro esperienza digitale.

### **Art. 1. FINALITA'**

Il Concorso ha lo scopo di:

1. **Prevenire e sensibilizzare sui pericoli della disinformazione:** Il concorso mira a sensibilizzare i partecipanti sui rischi della disinformazione e sull'influenza degli algoritmi nel controllo e nella distorsione delle informazioni sui social media, evidenziando come queste tecnologie possano distorcere il pluralismo informativo al fine di prevenire la diffusione di fake news e contenuti manipolatori.
2. **Educare all'uso dei media digitali:** L'iniziativa si propone di educare i giovani a un uso consapevole e responsabile delle piattaforme digitali, fornendo loro strumenti per riconoscere e affrontare i rischi legati a contenuti ingannevoli o dannosi, promuovendo una navigazione sicura.
3. **Stimolare il pensiero critico:** Il concorso incoraggia lo sviluppo del pensiero critico, promuovendo la riflessione attiva sulle informazioni ricevute, la ricerca di fonti affidabili e la valutazione della credibilità delle notizie e stimolando una riflessione critica e una comprensione consapevole delle dinamiche legate all'informazione digitale e al pensiero massificato. L'iniziativa è finalizzata principalmente a comprendere il ruolo degli algoritmi nella formazione delle loro opinioni al fine di contrastare il fenomeno delle fake news e del linguaggio d'odio, stimolando l'impegno delle nuove generazioni verso una società più informata, inclusiva e critica rispetto ai contenuti che circolano online.

### **Art. 2 Obiettivi**

Gli obiettivi del concorso sono:

1. **Insegnare ai ragazzi a utilizzare attivamente gli strumenti digitali** ovvero incoraggiare i giovani a diventare protagonisti consapevoli nell'uso dei media digitali, utilizzandoli in modo creativo e produttivo per esprimere le proprie idee e passioni, piuttosto che essere consumatori passivi dei contenuti proposti dagli algoritmi dei social network.
2. **Favorire l'interazione sociale** autentica promuovendo la comunicazione e l'interazione significativa tra i ragazzi, al fine di contrastare l'isolamento che può derivare dall'uso eccessivo della tecnologia. Il concorso mira a stimolare la collaborazione e lo scambio di idee, incoraggiando attività di gruppo e riducendo la dipendenza tecnologica.
3. **Realizzare opere giovani** ovvero ispirare la creazione di opere innovative e fresche, connesse alle tematiche e al linguaggio delle nuove generazioni. L'obiettivo è incentivare i partecipanti a esprimere la propria creatività su temi rilevanti per la loro generazione, utilizzando mezzi espressivi moderni per produrre contenuti coinvolgenti e attuali.

### **Art. 3 Soggetti Destinatari**

Possono partecipare al concorso le scuole secondarie di secondo grado del territorio nazionale. Ogni istituto può partecipare in forma collettiva, coinvolgendo classi intere o gruppi di lavoro costituiti all'interno di una singola classe, in ogni caso la partecipazione deve essere formalmente rappresentata dall'istituto scolastico di appartenenza.

È necessario designare un referente per ogni domanda, che fungerà da punto di contatto per la comunicazione e la gestione delle attività relative al concorso.

#### **Art. 4 Requisiti di Partecipazione**

Per partecipare al concorso, è necessario che:

1. Gli studenti siano regolarmente iscritti a una scuola secondaria di secondo grado.
2. La domanda di partecipazione sia corredata di tutta la documentazione necessaria, incluse le liberatorie già acquisite dalla scuola.
3. In caso di partecipazione di gruppo, il referente designato dovrà rappresentare tutti i membri del gruppo.
4. I prodotti devono essere originali, inediti ed attinenti alle tematiche previste dal bando. Le opere in particolare dovranno permettere di esplorare il punto di vista dei partecipanti sui temi proposti, mostrando la capacità degli studenti di superare la tendenza alla massificazione delle idee e di esercitare una valutazione critica dei contenuti mediatici. I prodotti realizzati dovranno esprimere inoltre il rapporto personale dei ragazzi tra la sfera virtuale e quella reale, permettendo di comprendere se i partecipanti vedano la virtualità come un mezzo per arricchire la realtà o come una fonte di potenziali effetti negativi.
5. Ciascuna classe o gruppo per ogni classe può presentare un solo prodotto.
6. Ogni elaborato dovrà recare l'indicazione di nome, cognome, classe di appartenenza degli alunni facenti parte di un gruppo, o la semplice indicazione della classe e dell'istituto scolastico di appartenenza.
7. Gli elaborati devono essere in lingua italiana. Nel caso di opere in formato multimediale, i contenuti testuali devono essere accompagnati da traduzioni o sottotitoli in italiano, se utilizzati in altre lingue.

Qualora la documentazione richiesta non sia completa o non soddisfi i requisiti stabiliti, il Co.re.com. Calabria si riserva il diritto di escludere la proposta dalla valutazione. In tal caso, sarà inviata una comunicazione ai referenti delle domande escluse, con la possibilità di integrare la documentazione mancante entro un termine stabilito.

#### **Art. 5 - Tipologia/Contenuto degli Elaborati**

Sono ammesse al concorso le seguenti tipologie di elaborati, che devono vertere sul tema del bando, ovvero l'impatto delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione e sulla tutela dei minori:

1. **Spot audiovisivi (max 2 minuti):** video educativi che spiegano i rischi e le opportunità legate all'uso dei social network, promuovendo il pensiero critico.
2. **Cortometraggi (max 5 minuti):** opere cinematografiche brevi che raccontano storie su come i giovani interagiscono con le informazioni sui social media.
3. **Presentazioni multimediali (max 20 slide):** analisi o ricerche digitali che illustrano l'impatto degli algoritmi dei social sul pluralismo.
4. **Raccolta riproduzioni fotografiche (max 20 foto).**
5. **E-book (max 10 pagine):** brevi pubblicazioni che raccontano esperienze o suggeriscono azioni per una fruizione più consapevole delle informazioni sui social media
6. **Podcast**
7. **App – sito web - learning object :** qualunque proposta dovrà essere accompagnata da una presentazione multimediale in powerpoint o equivalente open source

#### **Art. 6 - Presentazione delle domande/iscrizione al concorso**

La domanda di partecipazione dovrà essere accompagnata da:

- **Modulo di iscrizione,** La domanda di partecipazione consisterà in una scheda di adesione con relativi allegati sottoscritta digitalmente o con firma autografa dal docente referente del progetto. Nel caso di sottoscrizione con firma autografa alla domanda deve essere allegata la copia di un documento di riconoscimento in corso di validità del sottoscrittore. La domanda e gli allegati devono essere conformi allo schema allegato.
- **Scheda tecnica dell'elaborato,** con indicazione del titolo, della categoria e dei nomi degli autori l'Istituto di provenienza, la classe di frequenza, Ciascuna classe può presentare più opere.

Il referente indicato è responsabile del contenuto dell'opera presentata.

È vietato l'uso non autorizzato di materiale coperto da copyright, salvo licenza esplicita o uso in conformità con le norme sul fair use.

Per problemi legati all'iscrizione o al caricamento degli elaborati, i partecipanti possono contattare il supporto tecnico all'indirizzo e-mail.....

Per qualsiasi altra informazione relativa al concorso, è possibile contattare la segreteria organizzativa all'indirizzo e-mail ..... o al numero .....

I materiali dovranno essere inviati tramite piattaforme digitali (es. WeTransfer) all'indirizzo fornito nel bando.

#### **Art. 7 - Termini di scadenza**

Le domande di partecipazione e gli elaborati dovranno essere presentati entro e non oltre [data da definire]. Tutti i materiali dovranno essere inviati in formato digitale (.pdf, .ppt, .mp4, etc.) all'indirizzo e-mail: [indirizzo di posta elettronica del concorso].

Saranno escluse le opere inviate oltre la scadenza o non conformi ai requisiti indicati nel presente bando fatto salvo quanto previsto dal soccorso istruttorio.

#### **Art. 8 - Criteri di valutazione**

Gli elaborati saranno valutati da una commissione sulla base dei seguenti criteri che privilegiano la capacità dei partecipanti di esprimere una riflessione critica e una comprensione autonoma del pensiero massificato e del pensiero critico:

1. **Attinenza alle Finalità e agli Obiettivi del Concorso** (max 30 punti): Capacità dell'opera di affrontare i temi proposti, con particolare attenzione all'espressione di una riflessione personale sui rischi della massificazione e sull'importanza del pensiero critico. Si valuterà se l'opera rappresenta una comprensione concreta delle problematiche legate agli algoritmi e alla manipolazione delle informazioni sui social media.
2. **Profondità della Riflessione Critica e Autonomia di Pensiero** (max 15 punti): L'opera dovrà evidenziare l'abilità dello studente ad analizzare il rapporto tra virtualità e realtà, dimostrando se gli studenti propendono per una valutazione critica del mondo digitale o se ne subiscono le influenze in modo passivo. In particolare, sarà valutata la capacità di sviluppare argomentazioni e prospettive originali, che contrastino il pensiero massificato.
3. **Originalità** (max 20 punti): Creatività nell'approccio al tema e innovazione nella presentazione delle idee. Si terrà conto di quanto l'opera rifletta una prospettiva personale e autentica sul tema.
4. **Efficacia Comunicativa e Impatto Narrativo** (max 25 punti): Chiarezza e incisività nella trasmissione del messaggio, con un forte impatto visivo o narrativo che inviti il pubblico a riflettere sui temi trattati.
5. **Qualità tecnica (max 10 punti)**: accuratezza e competenza nella realizzazione dell'elaborato  
Il punteggio massimo sarà di 100 punti, e le opere saranno selezionate in base alla capacità di coniugare profondità analitica e qualità espressiva, promuovendo una riflessione consapevole sui temi proposti.

#### **Art. 9 - Commissione esaminatrice**

La commissione giudicatrice sarà composta da esperti nei campi della comunicazione digitale, educazione e tutela dei minori, nominata dall'ente organizzatore del concorso. La commissione sarà incaricata di:

- Verificare la conformità degli elaborati alle specifiche del bando.
- Valutare le opere secondo i criteri indicati.
- Assegnare premi agli elaborati migliori, a insindacabile giudizio.

La commissione si riserva la facoltà di non assegnare premi qualora nessuno degli elaborati risultasse conforme agli standard richiesti.

#### **Art. 10 - Esito del concorso e premiazione**

A seguito della verifica, da parte del responsabile del procedimento, della sussistenza dei requisiti e delle condizioni di partecipazione previsti dall'art. 4 del presente avviso e successivamente alla determinazione dei criteri di valutazione di cui all'art. 8, le opere sono trasmesse alla Commissione per la visione e la valutazione. Il responsabile del procedimento svolgerà anche le funzioni di segretario della Commissione. La Commissione valuta le opere pervenute in base ai criteri e ai punteggi stabiliti all'art.8.

Sono dichiarati vincitrici, pertanto, le opere che conseguono il miglior punteggio complessivo.

La graduatoria delle opere vincitrici è resa nota mediante pubblicazione sul sito del Co.Re.Com. Calabria.

#### **Saranno premiate in totale n. 3 opere.**

I premi consistono in buoni per l'acquisto di materiale informatico, e precisamente:

- ✚ n. 1 buono del valore di euro 3.000,00 (tremila/00), per la classe /gruppo di autori dell'opera prima classificata;
- ✚ n. 1 buono del valore di euro 2.000,00 (duemila/00), per la classe / gruppo di autori dell'opera seconda classificata;

- ✚ n. 1 buono del valore di euro 1.000,00 (mille/00), per la classe / gruppo di autori dell'opera terza classificata.

Le opere vincitrici saranno premiate nel corso di una cerimonia che avrà luogo presso la sede del Consiglio regionale della Calabria. La data e l'ora saranno rese pubbliche con un congruo anticipo, sul sito web istituzionale del Corecom Calabria.

I referenti delle opere vincitrici riceveranno apposita comunicazione, a mezzo posta elettronica, all'indirizzo indicato nella documentazione di partecipazione, da parte della Segreteria del presente avviso, almeno sette giorni prima della cerimonia di premiazione.

Le opere vincitrici potranno essere proiettate o descritte in occasione della premiazione.

Sarà inoltre dato rilievo con menzione speciale a quei progetti che si distinguono in modo particolare per originalità e completezza nello sviluppo del progetto.

Ai partecipanti non vincitori potrà essere consegnata, ove deliberato dal Comitato, una pergamena di partecipazione.

Le spese o gli oneri di partecipazione resteranno a carico esclusivo dei partecipanti.

#### **Art. 11 – Diffusione e utilizzo dei prodotti realizzati-diritti d'autore**

Il Co.Re.Com., inoltre, si riserva il diritto di promuovere iniziative volta ad assicurare la massima diffusione delle opere vincitrici e la partecipazione al bando implica la totale accettazione della presente clausola.

Gli eventuali proventi, derivanti dalla diffusione delle opere, sono destinati ad attività benefiche.

Le opere possono essere caricate e diffuse sui tre canali social più conosciuti (Facebook, YouTube e Instagram) per il tempo occorrente, a giudizio insindacabile del Comitato, a favorirne la notorietà.

Il Co.Re.Com. si impegna a custodire le opere pervenute, senza assumersi alcuna responsabilità per furti, danneggiamenti o smarrimenti che esse dovessero subire durante la ricezione, anche se trasmesse per via telematica o successivamente alla ricezione, per fatti non imputabili all'ufficio.

L'adesione al Concorso attraverso l'invio dell'opera, implica il possesso di tutti i diritti da parte dell'autore, e solleva il Co.Re.Com. da ogni responsabilità, costi e oneri di qualsivoglia natura, che dovessero essere sostenuti a causa del contenuto dell'opera o per la violazione di diritti di terzi.

Gli istituti scolastici partecipanti al concorso con la domanda di adesione, senza necessità di ulteriore liberatoria scritta, accettano di non aver nulla a pretendere a nessun titolo o ragione relativamente alle iniziative descritte.

Il contenuto dell'opera deve sviluppare uno degli obiettivi del Concorso (art. 2), **deve essere originale e non deve:**

- a) violare il diritto d'autore di terzi;
- b) avere contenuti osceni, diffamatori, blasfemi, pornografici, e non deve contenere immagini di nudo;
- c) incoraggiare alla violenza, né all'uso delle armi da fuoco;
- d) promuovere l'uso di alcol, droghe o sigarette;
- e) promuovere ogni forma di discriminazione;
- f) essere illecito o rivolto a finalità illecite.

#### **Art. 12 – Trattamento dei dati personali.**

Ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 i dati forniti dai partecipanti saranno raccolti dal Consiglio Regionale della Calabria, con sede in Via Cardinale Portanova, Reggio Calabria, titolare del trattamento.

I dati personali, conferiti con la compilazione della domanda di partecipazione, degli allegati e di tutti quelli contenuti nell'opera, saranno trattati, con strumenti prevalentemente elettronici, da personale dipendente del Co.Re.Com. e/o Consiglio Regionale della Calabria, nonché all'occorrenza da personale dipendente di società terze all'uopo incaricate per la gestione e l'organizzazione delle varie fasi dell'iniziativa e per le attività consequenziali legate alla diffusione dell'opera stessa.

Per poter partecipare alla presente manifestazione, tutti i dati richiesti nella domanda di partecipazione dovranno essere obbligatoriamente forniti.

L'interessato gode dei diritti di cui al capo III del Regolamento (UE) n. 2016/679, tra cui figura il diritto di accesso ai dati che lo riguardano, nonché alcuni diritti complementari, tra cui il diritto di rettificare, cancellare o limitare i propri dati nelle modalità e nei casi ivi stabiliti, nonché il diritto di opporsi al loro trattamento per motivi legittimi. Tali diritti potranno essere fatti valere nei confronti dell'Ente.

La partecipazione alla presente manifestazione implica il consenso degli autori (o dei genitori o di chi ne fa le veci, in caso di minori) e dei soggetti rappresentati nell'opera alla diffusione e visione del video su pagine/canali del Co.Re.Com. Calabria presenti sulle piattaforme social Facebook, YouTube e Instagram,

previamente acquisito dagli istituti scolastici, con la possibilità che tali opere vengano condivise o scaricate e si diffondano ulteriormente e che tutti i soggetti presenti o rappresentati nei video vengano identificati e riconosciuti.

Il presente concorso non sarà in alcun modo sponsorizzato, promosso, o amministrato da Facebook, YouTube e/o Instagram e, pertanto, nessuna responsabilità è imputabile alle stesse nei confronti dei partecipanti. Le pagine/canali social, aperti a nome del Co.Re.Com. Calabria, verranno utilizzati unicamente come veicoli tecnici di comunicazione, di diffusione dell'opera e per la raccolta delle preferenze.

Qualsiasi domanda, commento, lamentela, o azione, riguardante il presente bando, dovrà essere rivolta ai Soggetti promotori e non alle piattaforme social.

#### **Art. 13 – Contatti**

Il responsabile del presente procedimento è l'avv. XXXXXX, funzionario in servizio presso il Co.Re.Com. Calabria. Per eventuali contatti: email [corecom.cal@consrc.it](mailto:corecom.cal@consrc.it) - PEC [corecom.cal@pec.consrc.it](mailto:corecom.cal@pec.consrc.it)

#### **Art. 14 – Accettazione integrale delle regole del bando e clausola di salvaguardia.**

La partecipazione al presente concorso a premi comporta per il partecipante l'accettazione incondizionata e totale delle regole e delle clausole contenute nel presente bando senza limitazione alcuna, ivi compreso il valore indicato dei premi in palio. I partecipanti che, secondo il giudizio insindacabile del Co.Re.Com. o di terze parti incaricate dalla stessa, partecipino con mezzi e strumenti giudicati sospetti, fraudolenti, o in violazione del normale svolgimento dell'iniziativa, verranno esclusi dalla partecipazione e non potranno conseguire l'eventuale premio e, ove ricevuto, dovranno restituirlo.

### Contesto e collegamento all'obiettivo di settore

L'obiettivo di settore, intitolato “*Effetti delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione: strumenti di tutela per i minori e azioni per accrescere il pensiero critico e favorire la diversità di opinioni*”, si concentra sull'analisi dell'impatto delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo informativo. Particolare attenzione è rivolta alla protezione dei minori e alla promozione del pensiero critico. Le fasi dell'obiettivo includono:

1. Coinvolgimento degli stakeholder.
2. Indagine sull'uso dei social media.
3. Analisi dei dati.
4. Predisposizione del bando di concorso.
5. Pubblicazione dei risultati.

La bozza del bando di concorso mira a sensibilizzare i giovani sui rischi della disinformazione e sull'influenza degli algoritmi, educandoli all'uso consapevole dei media digitali e stimolando il pensiero critico. Gli elaborati richiesti (spot audiovisivi, cortometraggi, presentazioni multimediali, e-book, podcast, ecc.) devono riflettere una comprensione critica delle dinamiche digitali e promuovere una navigazione sicura e responsabile.

### Osservazioni degli Stakeholders

#### 1. Approccio contemporaneo

- **Suggerimento:** Utilizzare un linguaggio e tecniche espositive che siano in sintonia con i giovani, riducendo il gap generazionale tra formatori e studenti.
- **Finalità:** Rendere gli incontri più coinvolgenti ed efficaci, stimolando l'interesse e la partecipazione attiva degli studenti.
- **Implementazione:** Formazione preliminare per i formatori per renderli più vicini e in sintonia con gli studenti, utilizzando strumenti e linguaggi digitali contemporanei.

#### 2. Proposte concrete dalla scuola

- **Suggerimento:** Invitare i partecipanti a proporre strumenti concreti che la scuola possa implementare per assisterli nel percorso di contrasto alla disinformazione.
- **Finalità:** Creare programmi scolastici pratici e applicabili che supportino gli studenti nella navigazione sicura e critica delle informazioni online.
- **Implementazione:** Gli studenti dovrebbero sviluppare programmi che le scuole possano adottare per educare e assistere gli studenti nel riconoscere e affrontare la disinformazione, con un focus su attività pratiche e interattive.

#### 3. Vademecum per riconoscere la disinformazione

- **Suggerimento:** Realizzare un vademecum (anche sotto forma di abbecedario) che illustri come riconoscere testi e immagini contenenti elementi di disinformazione.
- **Finalità:** Fornire agli studenti uno strumento pratico per identificare e contrastare la disinformazione.
- **Implementazione:** Creazione di un vademecum dettagliato e di facile utilizzo per gli studenti, includendo esempi pratici e test di autovalutazione.

#### 4. Test di verifica

- **Suggerimento:** Somministrare un test al termine dell'esame dei contenuti (con l'ausilio del vademecum) per verificare l'efficacia dello strumento.
- **Finalità:** Valutare l'apprendimento e l'efficacia del vademecum nel riconoscimento della disinformazione.
- **Implementazione:** Sviluppo di test specifici da somministrare agli studenti per valutare la comprensione e l'efficacia del vademecum, con feedback dettagliati per migliorare continuamente lo strumento.

#### 5. Contenuti brevi per social media

- **Suggerimento:** Elaborare contenuti brevi (post, video, reel) destinati ai social media più utilizzati dai giovani (Instagram e TikTok) per veicolare informazioni verificate.
- **Finalità:** Dimostrare che i social media possono essere utilizzati in modo informativo e significativo,

- oltre che per intrattenimento.
- **Implementazione:** Creazione di contenuti brevi e accattivanti che trattino fatti di cronaca verificati, esplicitando i fact checker utilizzati, e promuovendo l'uso responsabile dei social media.

### **Conclusione**

Questi suggerimenti degli esperti sono strettamente collegati all'obiettivo di settore e alla bozza del bando di concorso. Implementarli contribuirà a realizzare un concorso efficace e significativo, capace di coinvolgere attivamente gli studenti e di fornire loro strumenti concreti per affrontare le sfide dell'informazione digitale. Le osservazioni degli esperti verranno utilizzate per affinare meglio i contenuti della bozza del bando, garantendo che siano in linea con le finalità educative e di sensibilizzazione del progetto.



*Relazione di sintesi dell'obiettivo inoltrata agli Stakeholders (primari e secondari) con relativo sondaggio*

Il Corecom Calabria si pregia di coinvolgere gli stakeholder coinvolti per la realizzazione del proprio obiettivo settoriale e far conoscere i vari step dell'obiettivo che lo stesso Corecom ha realizzato.

La nostra amministrazione ha sviluppato un obiettivo che vede come risultato la predisposizione di una bozza di bando in cui sono coinvolti principalmente gli studenti.

Siamo consapevoli che nessun progetto di cambiamento importante va avanti senza il sostegno dei cosiddetti "portatori di interesse", capaci di indirizzare le scelte delle aziende in modo diretto e indiretto e, riteniamo che queste figure siano un elemento determinante da considerare all'interno delle strategie di comunicazione.

Riconoscendo, pertanto, il ruolo importante svolto dai "portatori d'interesse", che potranno determinare il successo del nostro progetto fornendo, supporto, informazioni e risorse preziose per creare strategie vincenti e considerato che il bando proposto mira a sensibilizzare i giovani sull'impatto degli algoritmi, sui social media e a promuovere il pensiero critico, vogliamo sottoporre alla vostra attenzione **la bozza del bando stesso che si allega qui di seguito** e che vi invitiamo a consultare per approfondire gli aspetti tecnici del progetto ed a coinvolgere gli studenti al sondaggio, con domande mirate e specifiche, che riflettono gli obiettivi del bando stesso e che ci aiuteranno ad ottenere risposte concrete e utili da parte degli studenti che attraverso il link <https://forms.office.com/e/qPab6ROMBd?origin=lprLink>, potranno **esprimere la loro opinione riguardo alla chiarezza del bando, potranno fornire eventuali suggerimenti di miglioramento, valutare il loro grado di preparazione rispetto agli argomenti del bando e indicare la capacità o meno di realizzare i prodotti richiesti.**

Nel descrivere qui di seguito i vari step che ci hanno portati alla realizzazione delle varie fasi, si chiede di voler fornire un cortese riscontro, a mezzo email: [corecom.cal@consrc.it](mailto:corecom.cal@consrc.it), preferibilmente entro il 30 novembre p.v., tuttavia, saranno valutati, con piacere, anche contributi pervenuti in seguito.

Tale obiettivo, si collega principalmente all'obiettivo generale il quale punta a "Creare valore pubblico promuovendo la comunicazione, la conoscibilità e la piena accessibilità ad ogni ambito delle attività dell'Ente, incrementando i livelli di trasparenza e diffondendo la cultura della legalità, anche attraverso interventi mirati nelle aree maggiormente esposte al rischio di corruzione".

L'obiettivo specifico di settore si focalizza sull'analisi dell'effetto delle strategie algoritmiche impiegate dai social network, esaminando in particolare la loro influenza sul pluralismo informativo. L'intento è quello di indagare come tali tecnologie influenzino la presentazione e interpretazione delle notizie, e le loro potenziali distorsioni sulla percezione del pubblico. In questo contesto, diventa essenziale sviluppare strumenti ed iniziative per proteggere i minori dagli effetti dannosi dei media digitali, mettendo in campo progetti e campagne di sensibilizzazione sui pericoli della disinformazione e del linguaggio d'odio, nonché promuovendo un uso sicuro e responsabile dei media online. Il risultato atteso è il rafforzamento del pensiero critico e la consapevolezza nei giovani riguardo il funzionamento e l'impatto delle pratiche algoritmiche, anche con l'ausilio dell'intelligenza artificiale. Si prevede di stimolare un'analisi critica delle informazioni, la comprensione di differenti prospettive e l'incoraggiamento di un confronto costruttivo tra opinioni diverse. Questo obiettivo si allinea con le direttive Agcom per i Progetti di Media Education, che sottolineano l'importanza di affrontare le sfide legate all'educazione mediatica e alla sicurezza digitale, con un focus specifico sulla disinformazione e sul linguaggio d'odio.

Nella fase iniziale, si è proceduto ad effettuare un'analisi dettagliata sia del funzionamento degli algoritmi sia sulla disinformazione sia sull'uso del linguaggio d'odio, attraverso incontri con esperti, enti pubblici e università per dibattere sulle buone pratiche per una navigazione online sicura. Successivamente, sono state lanciate iniziative e strumenti per coinvolgere attivamente i media, le istituzioni competenti e in particolare i minori, principali bersagli nella lotta contro questi fenomeni. Una delle azioni chiave è stata l'istituzione di un concorso per le scuole superiori, volto a stimolare gli studenti ad analizzare criticamente il ruolo degli algoritmi nei social network in un contesto di autoapprendimento. La formula del concorso è diretta a premiare le migliori creazioni degli studenti, che potranno essere elaborati scritti o prodotti multimediali (podcast, cortometraggi, video), che riflettano una comprensione efficace e un approccio critico ai temi trattati e che potranno essere diffusi nelle scuole come materiale didattico e di sensibilizzazione.

In linea con la strategia di stakeholders engagement, il testo del bando viene ora presentato alla governance istituzionale e agli stakeholders rilevanti, inclusi gli istituti scolastici coinvolti nell'esame del fenomeno.

Questo approccio assicura non solo un'ampia partecipazione e condivisione, ma anche un coinvolgimento attivo e consapevole di tutti gli attori interessati, rafforzando il dialogo e la collaborazione tra il Corecom Calabria, il mondo educativo e la comunità più ampia.

L'obiettivo si è articolato in 4 fasi:

#### ***Prima fase***

Coinvolgimento degli Stakeholders: incontri con enti, associazioni, università, comuni ed esperti di settore per discutere l'impatto delle strategie algoritmiche e il pensiero critico con un focus sui minori. Output: resoconto degli incontri e raccolta delle criticità/raccomandazioni per le fasi successive.

#### ***Seconda fase***

Indagine sull'utilizzo dei social media da parte dei giovani: somministrazione di questionari nelle scuole per raccogliere dati sull'uso dei social media e sul livello di pensiero critico. Output: risultati dell'indagine e analisi dei dati.

#### ***Terza fase***

Analisi e documentazione sull'impatto dei social media: raccolta della documentazione e analisi dei dati sulle modalità con cui i social media influenzano i giovani. Output: report di analisi.

#### ***Quarta fase***

Predisposizione di un testo di bando di concorso scolastico per la redazione di elaborati o di prodotti multimediali (podcast, cortometraggi e video) e presentazione degli esiti agli Stakeholders. Output: bozza di bando di concorso.

Seguendo le varie fasi e durante una serie di incontri con esperti di settore tra marzo e maggio 2024 sono state affrontate tematiche cruciali relative all'impatto delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione e sulla protezione dei minori dai rischi associati ai media digitali, con particolare attenzione al potenziamento del pensiero critico dei giovani. Di seguito, sono riportati in dettaglio i punti salienti e le conclusioni emerse da ciascun incontro.

Vari sono stati gli incontri con gli Stakeholder secondari coinvolti, ovvero gli esperti che sono intervenuti durante le varie fasi dell'obiettivo, per discutere l'impatto delle strategie algoritmiche e il pensiero critico, fornendo visioni dettagliate dell'influenza delle piattaforme digitali, **l'intervento online con il Dott. Alessandro Longo, Direttore dell'Agenda Digitale** ha evidenziato come gli algoritmi condizionino sempre più ciò che gli utenti vedono online. Si sono approfonditi il funzionamento dei social media e delle loro implicazioni sulla società, evidenziando la problematica della concentrazione dei ricavi, nelle mani delle grandi piattaforme, a scapito degli editori tradizionali.

Si sono evidenziate le sfide economiche che i media tradizionali devono affrontare nell'era digitale con particolare riferimento a come l'intelligenza artificiale influenzi la creazione e la diffusione di contenuti online, incluso il rischio di aumentare la disinformazione.

Tale fenomeno, indica una comprensione della complessità delle tecnologie emergenti e dei loro impatti sulla società, sottolineando l'importanza delle nuove norme europee che mirano a rendere riconoscibile l'intelligenza artificiale nei contenuti online e facendo emergere una sensibilità alle questioni normative e alla necessità di regolamentare l'uso delle tecnologie digitali, dimostrando una comprensione approfondita delle dinamiche del panorama mediatico digitale e un impegno per affrontare le sfide associate all'evoluzione delle tecnologie digitali.

L'incontro con una la **Prof.ssa Stefania Garassini docente Content Management e Digital Journalism all'Università Cattolica** ha focalizzato e concentrato l'interesse sulla protezione dei minori nell'ambiente digitale, esaminando le sfide e le opportunità legate all'accesso a contenuti online inappropriati e alla sicurezza dei giovani utenti, discutendo sulla necessità di trovare un equilibrio tra la libertà di espressione e la protezione dei minori, affrontando tematiche come la verifica dell'età per accedere a determinati contenuti e la responsabilità delle piattaforme digitali nel garantire un ambiente sicuro. Il dibattito ha centrato il ruolo delle piattaforme online nella protezione dei minori, sottolineando che queste piattaforme devono assumersi una maggiore responsabilità nel garantire che i contenuti inappropriati non siano accessibili ai minori implementando misure efficaci per verificare l'età degli utenti.

Si è discusso dei limiti delle soluzioni tecnologiche per il controllo dell'età e della necessità di trovare un equilibrio tra sicurezza e privacy, proponendo l'idea di coinvolgere terze parti affidabili nella gestione dei dati personali e nell'autenticazione degli utenti, al fine di garantire un accesso sicuro ai contenuti online solo per gli utenti idonei.

E' emersa l'importanza dell'educazione e dell'informazione per promuovere un uso consapevole della tecnologia tra i giovani, sottolineando il ruolo fondamentale dei genitori, delle scuole e delle istituzioni nel fornire agli adolescenti le competenze necessarie per navigare in modo sicuro e responsabile nel mondo digitale.

Sono state discusse iniziative concrete, come i "Patti Digitali", che coinvolgono diverse parti interessate, tra cui genitori, scuole e istituzioni locali, nell'adozione di misure concrete per promuovere un uso consapevole e responsabile della tecnologia tra i giovani. Questi patti digitali possono includere linee guida specifiche per l'uso sicuro di smartphone e social media, nonché programmi educativi mirati a sensibilizzare i giovani sugli eventuali rischi legati all'uso della tecnologia.

Proficuo è stato l'incontro con **il Prof. Domenico Marino, docente di Politica Economica presso l'Università Mediterranea di Reggio Calabria**, nonché autore di rilievo nel campo dell'intelligenza artificiale (IA) che ha fatto emergere la profonda sensibilità verso le sfide e le opportunità che questi fenomeni comportano. Testimoniano il suo impegno le sue pubblicazioni sull'argomento, promuovendo attivamente una sua regolamentazione improntata all'etica e alla responsabilità sociale, incarnando così una prospettiva equilibrata che rispecchia la complessità del dibattito sull'IA. Ha delineato e dettagliato l'importanza crescente dell'intelligenza artificiale (IA) nella società e nell'economia contemporanea, sottolineando il ruolo accelerante della pandemia da Covid-19 nel processo di digitalizzazione delle nostre vite. Ha prospettato un futuro in cui l'IA diverrà sempre più pervasiva e cruciale, influenzando settori chiave come la gestione dei dati, la medicina predittiva, la sicurezza e molti altri settori, grazie alla sua straordinaria capacità di elaborare e analizzare grandi quantità di dati in tempi rapidi.

Non ha trascurato le implicazioni etiche, sociali e politiche connesse all'adozione delle nuove tecnologie, e pur riconoscendo l'IA come un pilastro fondamentale per l'innovazione economica e sociale, solleva con fermezza legittime preoccupazioni riguardanti le disuguaglianze potenziali e l'impatto sull'occupazione e sull'equità economica, sottolineando quindi la necessità imperativa di sviluppare politiche pubbliche che guidino un'implementazione responsabile dell'IA, con particolare attenzione alla protezione della privacy, alla trasparenza e all'equità nell'utilizzo di queste tecnologie. Ha adottato un approccio critico e consapevole nei confronti dei social network, riconoscendo i loro innegabili vantaggi, ma anche i rischi legati all'abuso e alla diffusione di disinformazione, nonché l'importanza cruciale dell'educazione digitale e della media literacy per promuovere un utilizzo responsabile dei social network e per contrastare la propagazione di notizie false e manipolazione online.

Tale contributo che va al di là della mera teoria, fornisce preziosi suggerimenti pratici per affrontare le sfide legate all'IA e ai social network e invita a un dialogo interdisciplinare che coinvolga varie figure professionali e accademiche per affrontare in modo efficace le sfide e le opportunità presentate da queste tecnologie con il pensiero che mira a plasmare un futuro digitale più equo, inclusivo e sostenibile attraverso un approccio responsabile e consapevole all'adozione e all'utilizzo delle tecnologie digitali.

Il contributo della **Prof.ssa Laura Marchetti docente di Didattica generale all'Università di Foggia e docente di Antropologia all'Università Mediterranea di Reggio Calabria** che ha curato il libro "Nuove Solitudini allo Schermo" basato su un sondaggio condotto su studenti di Lucera, Bari e Foggia, esplorando il rapporto dei minori con i social media e Internet, ha evidenziato ripercussioni su relazioni familiari, emotive e cognitive. Questo studio, condotto durante la pandemia, conferma un impoverimento nelle relazioni sociali e cognitivo-espressive dei giovani, soprattutto è stato rilevante il confronto tra le abitudini pre e durante la pandemia, che ha confermato un chiaro impoverimento delle relazioni sociali e delle capacità cognitive ed espressive.

La docente ha sollevato la mancanza di un dibattito pedagogico adeguato sull'impiego delle tecnologie digitali nelle scuole, mettendo in luce la necessità impellente di governare il digitale anziché esserne passivamente influenzati. Ha evidenziato come l'esperienza della didattica a distanza abbia intensificato un uso spesso indiscriminato e poco consapevole del digitale, senza considerare le implicazioni cognitive e sociali di tale pratica.

Si è sottolineata la critica all'eccessivo ricorso alle presentazioni in formato slide durante le lezioni e i convegni, metodo che ha appiattito il pensiero e ridotto la complessità delle conoscenze trasmesse, con conseguenze negative sull'elaborazione critica degli studenti.

Si è sottolineato il rischio di affidare il gioco e l'apprendimento al digitale, a discapito della manipolazione sensoriale e del movimento fisico, elementi cruciali nello sviluppo infantile. Riflessioni che hanno evidenziato la sfida dell'apprendimento arcaico, basato sull'esperienza sensoriale e corporea, in

contrasto con l'immersione nel mondo digitale e l'uso intensivo dei videogiochi, che possono distorcere la percezione della realtà e ridurre l'empatia e la consapevolezza delle conseguenze delle proprie azioni.

Si è evidenziato il rischio di una crescente dipendenza dagli smartphone e dai social media, con conseguenze negative sull'interazione sociale e sul pensiero critico, discutendo anche della logica binaria imposta dai test standardizzati nella valutazione dell'apprendimento, che non tiene conto della creatività e della diversità individuale. Sono stati attenzionati gli effetti in termini di regressione antropologica dovuta alla dipendenza tecnologica e alla perdita della capacità di affrontare la realtà in modo critico e consapevole.

Si sono esaminati gli effetti psicologici fra cui la ricerca ossessiva di identità attraverso i selfie e la costruzione di un profilo falso nonché il fenomeno dell'omologazione causato anche da ruolo degli influencer. Ancora una volta è stata sottolineata l'importanza cruciale dell'educazione familiare e scolastica nel guidare i giovani verso un utilizzo consapevole della tecnologia, incoraggiando attività che favoriscano la comunicazione e l'interazione sociale autentica.

Non si è negata la difficoltà di contrastare efficacemente la dipendenza digitale, data l'influenza e gli interessi economici delle grandi aziende tecnologiche.

L'incontro è stato un'opportunità stimolante per esplorare diverse tematiche legate all'educazione, all'uso critico della tecnologia e al ruolo determinante della scuola nel promuovere il pensiero critico e l'inclusione sociale.

Si è evidenziata la necessità di un dialogo aperto e propositivo tra famiglie, istituzioni scolastiche e studiosi per affrontare con successo le sfide educative del nostro tempo, garantendo un equilibrio sano tra l'innovazione digitale e lo sviluppo integrale delle nuove generazioni.

**L'incontro online con il Dott. Aldo Mantineo, giornalista e membro del Corecom Sicilia** ha consentito di analizzare il significativo cambiamento nel nostro modo di consumare e produrre informazioni, caratterizzato dall'essersi trasformati gli individui da semplici fruitori a protagonisti nella diffusione delle notizie grazie all'avvento dei social media, che ha portato a un passaggio da un modello verticale a uno più orizzontale. Anche in occasione di questo incontro è stata sottolineata l'importanza della consapevolezza nell'utilizzo dei social media per contrastare la diffusione di informazioni errate e manipolative.

Si è osservato un calo nel consumo di stampa cartacea e quotidiani online nei media tradizionali, con la televisione che conserva ancora una presenza significativa. Tuttavia, si è evidenziato un crescente interesse verso le piattaforme online, soprattutto tra i giovani, incluso l'ampio utilizzo di WhatsApp.

Sono stati affrontati vari temi riguardanti l'impatto della tecnologia e dei social media sul quotidiano, come la nomofobia (no-mobile-phone-phobia), ovvero la paura incontrollata di rimanere sconnessi dal contatto con la rete mobile e le conseguenti proposte legislative per limitare l'uso eccessivo dei dispositivi digitali, soprattutto tra i bambini.

Sono state esaminate le implicazioni psicologiche legate alla dipendenza dai social media e l'influenza di questi sulla percezione della realtà e sulla qualità dell'informazione. È stato affrontato il problema della diffusione di disinformazione attraverso fenomeni come le "filter bubble" e le "echo chamber" che comportano anche la limitazione alla conoscenza di opinioni diverse.

Con riferimento a quest'ultima problematica si è ritenuto quanto più opportuno adottare e incoraggiare l'adozione di un approccio consapevole nell'utilizzo dei social media, stimolando la riflessione critica e la ricerca attiva di informazioni diverse, nonché valutando la credibilità delle fonti e mettendo in discussione le proprie convinzioni per una visione più completa e bilanciata della realtà.

Il tema della disinformazione e degli algoritmi è stato affrontato con un approccio filosofico, normativo e pragmatico, promuovendo un uso responsabile dei social network e mantenendo un equilibrio tra l'uso della tecnologia e le interazioni umane.

**L'incontro online con il Prof. Domenico Talia, ordinario di sistemi di elaborazione delle informazioni presso l'UniCal, e autore di pubblicazioni sul tema dei Big Data** ha delineato con una presentazione sugli algoritmi e l'intelligenza artificiale, le implicazioni della disinformazione e della manipolazione, evidenziando sia rischi associati a queste tecnologie, ma anche le opportunità.

Sono stati illustrati, come in altri interventi, gli effetti dei nuovi algoritmi di machine learning e intelligenza artificiale sulla realtà che talvolta può essere distorta così come le relazioni interpersonali. In particolare l'uso diffuso dei dispositivi digitali, che semplificano molte attività, può anche alterare la percezione della realtà, specialmente tra i giovani, che potrebbero preferire la realtà virtuale a quella reale.

Un caso interessante menzionato è l'app "Replika", che consente agli utenti di creare partner virtuali con cui interagire. Alcuni utenti hanno sviluppato relazioni tossiche con questi chatbot, sollevando preoccupazioni sull'impatto delle interazioni virtuali sui rapporti reali.

Anche in questo intervento si è discusso del ruolo degli algoritmi nel profilare e influenzare le scelte degli utenti, sia a livello commerciale che politico, sottolineando come queste previsioni siano spesso orientate agli interessi delle aziende sviluppatrici piuttosto che a quelli degli utenti.

Con riferimento all'uso delle piattaforme Facebook e TikTok, si è evidenziato come le stesse non mostrino più i contenuti in ordine cronologico, ma utilizzino algoritmi per selezionare i contenuti più rilevanti per l'utente, creando una realtà filtrata e manipolata.

Particolari criticità sono state ravvisate con riferimento a TikTok, sottolineando come il suo modello di business incentrato sull'engagement video possa portare alla diffusione di disinformazione e alla dipendenza, soprattutto tra i giovani. I video più strani e irreali tendono, infatti, a ricevere più visualizzazioni, favorendo la circolazione di contenuti di bassa qualità. Il problema è accentuato dalla circostanza che molti dei suoi utenti sono giovani, spesso minorenni, che possono diventare vittime di disinformazione e dipendenza dalla piattaforma, per non parlare dei casi documentati di autolesionismo e suicidi legati all'uso eccessivo di TikTok. Nonostante la politica di TikTok sia orientata a bloccare contenuti che incitano all'odio, studi indipendenti dimostrano che la piattaforma è utilizzata per diffondere contenuti razzisti, sessisti e omofobi.

L'uso di algoritmi per massimizzare il tempo di visualizzazione ha creato quella che viene chiamata "economia dell'attenzione", dove le piattaforme guadagnano rubando l'attenzione degli utenti. Questo spesso porta alla produzione di fake news, trasformando l'economia dell'attenzione in economia dell'ignoranza, con effetti negativi sulla società.

Ancora una volta si è sottolineata l'importanza di sviluppare e utilizzare queste tecnologie in modo etico, con regolamentazioni chiare e un'attenzione particolare agli impatti negativi. Questo richiede leggi chiare, etica aziendale e un'azione a tutti i livelli per evitare pregiudizi, decisioni ingiuste e manipolazioni personali e di massa. Ancora una volta si è evidenziato come solo attraverso un approccio attento e consapevole si possa sfruttare il potenziale della tecnologia senza compromettere i valori fondamentali della nostra società.

Ai fini della realizzazione del bando, punto cardine dell'obiettivo, sono stati interessati gli studenti che attraverso un sondaggio hanno contribuito con le loro risposte a valutare le seguenti tematiche:

1. Sviluppo del Pensiero Critico o Pensiero Massificato al fine di valutare il livello di pensiero critico degli studenti rispetto a un pensiero conformista o massificato. Ciò identificando le domande che riguardano la capacità di ragionare in modo indipendente, analitico e riflessivo e confrontando le risposte che indicano una tendenza a seguire il pensiero di gruppo senza una valutazione personale.
2. Capacità di Provare Emozioni e Sviluppo dell'Intelligenza Emotiva per misurare il grado di intelligenza emotiva degli studenti, ossia la loro capacità di riconoscere, comprendere e gestire le proprie emozioni e quelle degli altri. A tal fine occorre valutare le risposte che indicano empatia, autoconsapevolezza, e capacità di gestione delle emozioni e individuare la frequenza di risposte che mostrano una buona regolazione emotiva e comprensione delle emozioni altrui.
3. Uso dello Smartphone e dei Social: il rapporto dei giovani con il cellulare e i social network per analizzare come e quanto gli studenti utilizzano i dispositivi mobili e i social network e quindi quantificare il tempo passato sui dispositivi e sulle piattaforme social, estrapolando i dati dalle risposte fornite ed esaminando se emergono da esse eventuali dipendenze o effetti negativi legati all'uso di queste tecnologie.
4. Prevalenza di Emozioni Positive o Negative per determinare se gli studenti tendono a sperimentare prevalentemente emozioni positive o negative. A tal fine sono state identificate le risposte che indicano stati d'animo e sentimenti degli studenti, quali quelle sull'amicizia e sull'amore e confrontate la frequenza delle emozioni positive rispetto a quelle negative.
5. L'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani. Traendo spunto dalle conclusioni raggiunte a seguito dell'analisi dei dati raccolti dai questionari somministrati agli studenti delle scuole superiori di alcune città della Puglia, che hanno ispirato l'indagine oggetto dell'Obiettivo, si sono analizzate, nell'ambito di tale tematica, anche l'impatto delle tecnologie digitali sulla vita relazionale dei giovani e si è esaminato se e come l'uso crescente di tecnologie

digitali ha modificato la vita relazionale degli studenti. Per raggiungere tale obiettivo si sono esaminate e valutate le risposte identificando eventuali segni di "solitudine digitale," ovvero l'isolamento sociale e il conseguente aumento della solitudine esistenziale e sentimentale causato dall'uso prevalente di interazioni mediate dalla tecnologia.

Sono stati analizzati dettagliatamente i risultati dell'indagine esplorativa condotta presso le scuole, con un valido risultato relativo ai dati sull'uso dei social media e sul livello di pensiero critico, rilevando l'impatto delle strategie algoritmiche dei social network e dell'IA sul pluralismo dell'informazione e sulla protezione dei minori, che hanno reso necessaria una suddivisione in tre principali aree tematiche per la realizzazione del bando di concorso:

1. **Influenza degli algoritmi e dell'IA sui social media:** analisi di come gli algoritmi e l'IA hanno modificato la presentazione delle notizie agli utenti, influenzando le loro conoscenze e decisioni.
2. **Protezione dei minori:** identificazione di strumenti per proteggere i minori dai rischi del web e dei social media, come disinformazione, linguaggio d'odio e cyberbullismo.
3. **Promozione del pensiero critico:** proposte di azioni per incentivare la lettura critica delle informazioni, favorire il confronto tra diverse opinioni e la diversificazione delle fonti.

Si è, quindi, proceduto ad elaborare la bozza di bando di concorso ora presentata all'esame degli stakeholder e sottoposta alla loro valutazione ai fini di ricevere eventuali contributi, anche attraverso la partecipazione ad un sondaggio ideato a tal fine.

## BANDO CONCORSO OBIETTIVO SPECIFICO DI SETTORE

### PREMESSE

Il bando di concorso del Corecom si concentra sull'impatto dei social network e delle piattaforme digitali sulla diffusione delle informazioni nella società contemporanea.

Le strategie algoritmiche adottate da queste piattaforme influenzano fortemente il pluralismo informativo, esponendo gli utenti a rischi di disinformazione e contenuti inadeguati, aggravati da fenomeni come le filter bubble e le echo chamber. Gli algoritmi, progettati per massimizzare l'interazione, creano una realtà filtrata e manipolata basata su logiche di profitto, riducendo la diversità dei punti di vista.

Diventa quindi cruciale proteggere i giovani da questi rischi, educandoli all'uso consapevole e sicuro dei media digitali e rafforzando il loro pensiero critico. L'iniziativa mira a promuovere la comprensione dei meccanismi algoritmici e del loro potere di influenzare le scelte e i comportamenti online, stimolando la riflessione critica e la creatività dei giovani riguardo al ruolo degli algoritmi nella loro esperienza digitale.

### Art. 1. Finalità

Il Concorso ha lo scopo di:

1. **Prevenire e sensibilizzare sui pericoli della disinformazione:** Il concorso mira a sensibilizzare i partecipanti sui rischi della disinformazione e sull'influenza degli algoritmi nel controllo e nella distorsione delle informazioni sui social media, evidenziando come queste tecnologie possano distorcere il pluralismo informativo al fine di prevenire la diffusione di fake news e contenuti manipolatori.
2. **Educare all'uso dei media digitali:** L'iniziativa si propone di educare i giovani a un uso consapevole e responsabile delle piattaforme digitali, fornendo loro strumenti per riconoscere e affrontare i rischi legati a contenuti ingannevoli o dannosi, promuovendo una navigazione sicura.
3. **Stimolare il pensiero critico:** Il concorso incoraggia lo sviluppo del pensiero critico, promuovendo la riflessione attiva sulle informazioni ricevute, la ricerca di fonti affidabili e la valutazione della credibilità delle notizie e stimolando una riflessione critica e una comprensione consapevole delle dinamiche legate all'informazione digitale e al pensiero massificato. L'iniziativa è finalizzata principalmente a comprendere il ruolo degli algoritmi nella formazione delle loro opinioni al fine di contrastare il fenomeno delle fake news e del linguaggio d'odio, stimolando l'impegno delle nuove generazioni verso una società più informata, inclusiva e critica rispetto ai contenuti che circolano online.

### Art. 2 Obiettivi

Gli obiettivi del concorso sono:

1. **Insegnare ai ragazzi a utilizzare attivamente gli strumenti digitali** ovvero incoraggiare i giovani a diventare protagonisti consapevoli nell'uso dei media digitali, utilizzandoli in modo creativo e produttivo per esprimere le proprie idee e passioni, piuttosto che essere consumatori passivi dei contenuti proposti dagli algoritmi dei social network.
2. **Favorire l'interazione sociale autentica** promuovendo la comunicazione e l'interazione significativa tra i ragazzi, al fine di contrastare l'isolamento che può derivare dall'uso eccessivo della tecnologia. Il concorso mira a stimolare la collaborazione e lo scambio di idee, incoraggiando attività di gruppo e riducendo la dipendenza tecnologica.
3. **Realizzare opere giovani** ovvero ispirare la creazione di opere innovative e fresche, connesse alle tematiche e al linguaggio delle nuove generazioni. L'obiettivo è incentivare i partecipanti a esprimere la propria creatività su temi rilevanti per la loro generazione, utilizzando mezzi espressivi moderni per produrre contenuti coinvolgenti e attuali.

### Art. 3 Soggetti Destinatari

Possono partecipare al concorso le scuole secondarie di secondo grado del territorio nazionale. Ogni istituto può partecipare in forma collettiva, coinvolgendo classi intere o gruppi di lavoro costituiti all'interno di una singola classe, in ogni caso la partecipazione deve essere formalmente rappresentata dall'istituto scolastico di appartenenza.

È necessario designare un referente per ogni domanda, che fungerà da punto di contatto per la comunicazione e la gestione delle attività relative al concorso.

### Art. 4 Requisiti di Partecipazione

Per partecipare al concorso, è necessario che:

1. Gli studenti siano regolarmente iscritti a una scuola secondaria di secondo grado.

2. La domanda di partecipazione sia corredata di tutta la documentazione necessaria, incluse le liberatorie già acquisite dalla scuola.
3. In caso di partecipazione di gruppo, il referente designato dovrà rappresentare tutti i membri del gruppo.
4. I prodotti devono essere originali, inediti ed attinenti alle tematiche previste dal bando. Le opere in particolare dovranno permettere di esplorare il punto di vista dei partecipanti sui temi proposti, mostrando la capacità degli studenti di superare la tendenza alla massificazione delle idee e di esercitare una valutazione critica dei contenuti mediatici. I prodotti realizzati dovranno esprimere inoltre il rapporto personale dei ragazzi tra la sfera virtuale e quella reale, permettendo di comprendere se i partecipanti vedano la virtualità come un mezzo per arricchire la realtà o come una fonte di potenziali effetti negativi.
5. Ciascuna classe o gruppo per ogni classe può presentare un solo prodotto.
6. Ogni elaborato dovrà recare l'indicazione di nome, cognome, classe di appartenenza degli alunni facenti parte di un gruppo, o la semplice indicazione della classe e dell'istituto scolastico di appartenenza.
7. Gli elaborati devono essere in lingua italiana. Nel caso di opere in formato multimediale, i contenuti testuali devono essere accompagnati da traduzioni o sottotitoli in italiano, se utilizzati in altre lingue.

Qualora la documentazione richiesta non sia completa o non soddisfi i requisiti stabiliti, il Co.re.com. Calabria si riserva il diritto di escludere la proposta dalla valutazione.

In tal caso, sarà inviata una comunicazione ai referenti delle domande escluse, con la possibilità di integrare la documentazione mancante entro un termine stabilito.

#### **Art. 5 - Tipologia/Contenuto degli Elaborati**

Sono ammesse al concorso le seguenti tipologie di elaborati, che devono vertere sul tema del bando, ovvero l'impatto delle strategie algoritmiche dei social network sul pluralismo dell'informazione e sulla tutela dei minori:

1. **Spot audiovisivi** (max 2 minuti): video educativi che spiegano i rischi e le opportunità legate all'uso dei social network, promuovendo il pensiero critico.
2. **Cortometraggi** (max 5 minuti): opere cinematografiche brevi che raccontano storie su come i giovani interagiscono con le informazioni sui social media.
3. **Presentazioni multimediali** (max 20 slide): analisi o ricerche digitali che illustrano l'impatto degli algoritmi dei social sul pluralismo.
4. **Raccolta riproduzioni fotografiche** (max 20 foto).
5. **E-book** (max 10 pagine): brevi pubblicazioni che raccontano esperienze o suggeriscono azioni per una fruizione più consapevole delle informazioni sui social media
6. Podcast
7. App – sito web - learning object : qualunque proposta dovrà essere accompagnata da una presentazione multimediale in powerpoint o equivalente open source

#### **Art. 6 - Presentazione delle domande/iscrizione al concorso**

La domanda di partecipazione dovrà essere accompagnata da:

- **Modulo di iscrizione**, La domanda di partecipazione consisterà in una scheda di adesione con relativi allegati sottoscritta digitalmente o con firma autografa dal docente referente del progetto. Nel caso di sottoscrizione con firma autografa alla domanda deve essere allegata la copia di un documento di riconoscimento in corso di validità del sottoscrittore. La domanda e gli allegati devono essere conformi allo schema allegato.
- **Scheda tecnica dell'elaborato**, con indicazione del titolo, della categoria e dei nomi degli autori l'Istituto di provenienza, la classe di frequenza, Ciascuna classe può presentare più opere.

Il referente indicato è responsabile del contenuto dell'opera presentata.

È vietato l'uso non autorizzato di materiale coperto da copyright, salvo licenza esplicita o uso in conformità con le norme sul fair use.

Per problemi legati all'iscrizione o al caricamento degli elaborati, i partecipanti possono contattare il supporto tecnico all'indirizzo e-mail.....

Per qualsiasi altra informazione relativa al concorso, è possibile contattare la segreteria organizzativa all'indirizzo e-mail ..... o al numero .....

I materiali dovranno essere inviati tramite piattaforme digitali (es. WeTransfer) all'indirizzo fornito nel bando.

#### **Art. 7 - Termini di scadenza**



Le domande di partecipazione e gli elaborati dovranno essere presentati entro e non oltre **[data da definire]**. Tutti i materiali dovranno essere inviati in formato digitale (.pdf, .ppt, .mp4, etc.) all'indirizzo e-mail: **[indirizzo di posta elettronica del concorso]**.

Saranno escluse le opere inviate oltre la scadenza o non conformi ai requisiti indicati nel presente bando fatto salvo quanto previsto dal soccorso istruttorio.

#### **Art. 8 - Criteri di valutazione**

Gli elaborati saranno valutati da una commissione sulla base dei seguenti criteri che privilegiano la capacità dei partecipanti di esprimere una riflessione critica e una comprensione autonoma del pensiero massificato e del pensiero critico:

1. **Attinenza alle Finalità e agli Obiettivi del Concorso** (max 30 punti): Capacità dell'opera di affrontare i temi proposti, con particolare attenzione all'espressione di una riflessione personale sui rischi della massificazione e sull'importanza del pensiero critico. Si valuterà se l'opera rappresenta una comprensione concreta delle problematiche legate agli algoritmi e alla manipolazione delle informazioni sui social media.
2. **Profondità della Riflessione Critica e Autonomia di Pensiero** (max 15 punti): L'opera dovrà evidenziare l'abilità dello studente ad analizzare il rapporto tra virtualità e realtà, dimostrando se gli studenti propendono per una valutazione critica del mondo digitale o se ne subiscono le influenze in modo passivo. In particolare, sarà valutata la capacità di sviluppare argomentazioni e prospettive originali, che contrastino il pensiero massificato.
3. **Originalità** (max 20 punti): Creatività nell'approccio al tema e innovazione nella presentazione delle idee. Si terrà conto di quanto l'opera rifletta una prospettiva personale e autentica sul tema.
4. **Efficacia Comunicativa e Impatto Narrativo** (max 25 punti): Chiarezza e incisività nella trasmissione del messaggio, con un forte impatto visivo o narrativo che inviti il pubblico a riflettere sui temi trattati.
5. **Qualità tecnica (max 10 punti)**: accuratezza e competenza nella realizzazione dell'elaborato

Il punteggio massimo sarà di 100 punti, e le opere saranno selezionate in base alla capacità di coniugare profondità analitica e qualità espressiva, promuovendo una riflessione consapevole sui temi proposti.

#### **Art. 9 - Commissione esaminatrice**

La commissione giudicatrice sarà composta da esperti nei campi della comunicazione digitale, educazione e tutela dei minori, nominata dall'ente organizzatore del concorso. La commissione sarà incaricata di:

- Verificare la conformità degli elaborati alle specifiche del bando.
- Valutare le opere secondo i criteri indicati.
- Assegnare premi agli elaborati migliori, a insindacabile giudizio.

La commissione si riserva la facoltà di non assegnare premi qualora nessuno degli elaborati risultasse conforme agli standard richiesti.

#### **Art. 10 - Esito del concorso e premiazione**

A seguito della verifica, da parte del responsabile del procedimento, della sussistenza dei requisiti e delle condizioni di partecipazione previsti dall'art. 4 del presente avviso e successivamente alla determinazione dei criteri di valutazione di cui all'art. 8, le opere sono trasmesse alla Commissione per la visione e la valutazione. Il responsabile del procedimento svolgerà anche le funzioni di segretario della Commissione. La Commissione valuta le opere pervenute in base ai criteri e ai punteggi stabiliti all'art.8.

Sono dichiarati vincitrici, pertanto, le opere che conseguono il miglior punteggio complessivo.

La graduatoria delle opere vincitrici è resa nota mediante pubblicazione sul sito del Co.Re.Com. Calabria.

Saranno premiate in totale n. 3 opere.

I premi consistono in buoni per l'acquisto di materiale informatico, e precisamente:

- ✚ n. 1 buono del valore di euro 3.000,00 (tremila/00), per la classe /gruppo di autori dell'opera prima classificata;
- ✚ n. 1 buono del valore di euro 2.000,00 (duemila/00), per la classe / gruppo di autori dell'opera seconda classificata;
- ✚ n. 1 buono del valore di euro 1.000,00 (mille/00), per la classe / gruppo di autori dell'opera terza classificata.

Le opere vincitrici saranno premiate nel corso di una cerimonia che avrà luogo presso la sede del Consiglio regionale della Calabria. La data e l'ora saranno rese pubbliche con un congruo anticipo, sul sito web istituzionale del Corecom Calabria.

I referenti delle opere vincitrici riceveranno apposita comunicazione, a mezzo posta elettronica, all'indirizzo indicato nella documentazione di partecipazione, da parte della Segreteria del presente avviso, almeno sette giorni prima della cerimonia di premiazione.

Le opere vincitrici potranno essere proiettate o descritte in occasione della premiazione.

Sarà inoltre dato rilievo con menzione speciale a quei progetti che si distinguono in modo particolare per originalità e completezza nello sviluppo del progetto.

Ai partecipanti non vincitori potrà essere consegnata, ove deliberato dal Comitato, una pergamena di partecipazione.

Le spese o gli oneri di partecipazione resteranno a carico esclusivo dei partecipanti.

#### **Art. 11 – Diffusione e utilizzo dei prodotti realizzati-diritti d'autore**

Il Co.Re.Com., inoltre, si riserva il diritto di promuovere iniziative volta ad assicurare la massima diffusione delle opere vincitrici e la partecipazione al bando implica la totale accettazione della presente clausola.

Gli eventuali proventi, derivanti dalla diffusione delle opere, sono destinati ad attività benefiche.

Le opere possono essere caricate e diffuse sui tre canali social più conosciuti (Facebook, YouTube e Instagram) per il tempo occorrente, a giudizio insindacabile del Comitato, a favorirne la notorietà.

Il Co.Re.Com. si impegna a custodire le opere pervenute, senza assumersi alcuna responsabilità per furti, danneggiamenti o smarrimenti che esse dovessero subire durante la ricezione, anche se trasmesse per via telematica o successivamente alla ricezione, per fatti non imputabili all'ufficio.

L'adesione al Concorso attraverso l'invio dell'opera, implica il possesso di tutti i diritti da parte dell'autore, e solleva il Co.Re.Com. da ogni responsabilità, costi e oneri di qualsivoglia natura, che dovessero essere sostenuti a causa del contenuto dell'opera o per la violazione di diritti di terzi.

Gli istituti scolastici partecipanti al concorso con la domanda di adesione, senza necessità di ulteriore liberatoria scritta, accettano di non aver nulla a pretendere a nessun titolo o ragione relativamente alle iniziative descritte.

Il contenuto dell'opera deve sviluppare uno degli obiettivi del Concorso (art. 2), **deve essere originale e non deve:**

- a) violare il diritto d'autore di terzi;
- b) avere contenuti osceni, diffamatori, blasfemi, pornografici, e non deve contenere immagini di nudo;
- c) incoraggiare alla violenza, né all'uso delle armi da fuoco;
- d) promuovere l'uso di alcol, droghe o sigarette;
- e) promuovere ogni forma di discriminazione;
- f) essere illecito o rivolto a finalità illecite.

#### **Art. 12 – Trattamento dei dati personali.**

Ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 i dati forniti dai partecipanti saranno raccolti dal Consiglio Regionale della Calabria, con sede in Via Cardinale Portanova, Reggio Calabria, titolare del trattamento.

I dati personali, conferiti con la compilazione della domanda di partecipazione, degli allegati e di tutti quelli contenuti nell'opera, saranno trattati, con strumenti prevalentemente elettronici, da personale dipendente del Co.Re.Com. e/o Consiglio Regionale della Calabria, nonché all'occorrenza da personale dipendente di società terze all'uopo incaricate per la gestione e l'organizzazione delle varie fasi dell'iniziativa e per le attività consequenziali legate alla diffusione dell'opera stessa.

Per poter partecipare alla presente manifestazione, tutti i dati richiesti nella domanda di partecipazione dovranno essere obbligatoriamente forniti.

L'interessato gode dei diritti di cui al capo III del Regolamento (UE) n. 2016/679, tra cui figura il diritto di accesso ai dati che lo riguardano, nonché alcuni diritti complementari, tra cui il diritto di rettificare, cancellare o limitare i propri dati nelle modalità e nei casi ivi stabiliti, nonché il diritto di opporsi al loro trattamento per motivi legittimi. Tali diritti potranno essere fatti valere nei confronti dell'Ente.

La partecipazione alla presente manifestazione implica il consenso degli autori (o dei genitori o di chi ne fa le veci, in caso di minori) e dei soggetti rappresentati nell'opera alla diffusione e visione del video su pagine/canali del Co.Re.Com. Calabria presenti sulle piattaforme social Facebook, YouTube e Instagram, previamente acquisito dagli istituti scolastici, con la possibilità che tali opere vengano condivise o scaricate e

si diffondano ulteriormente e che tutti i soggetti presenti o rappresentati nei video vengano identificati e riconosciuti.

Il presente concorso non sarà in alcun modo sponsorizzato, promosso, o amministrato da Facebook, YouTube e/o Instagram e, pertanto, nessuna responsabilità è imputabile alle stesse nei confronti dei partecipanti. Le pagine/canali social, aperti a nome del Co.Re.Com. Calabria, verranno utilizzati unicamente come veicoli tecnici di comunicazione, di diffusione dell'opera e per la raccolta delle preferenze.

Qualsiasi domanda, commento, lamentela, o azione, riguardante il presente bando, dovrà essere rivolta ai Soggetti promotori e non alle piattaforme social.

**Art. 13) – Contatti**

Il responsabile del presente procedimento è l'avv. XXXXXX, funzionario in servizio presso il Co.Re.Com. Calabria. Per eventuali contatti: email [corecom.cal@consrc.it](mailto:corecom.cal@consrc.it) - PEC [corecom.cal@pec.consrc.it](mailto:corecom.cal@pec.consrc.it)

**Art. 14) – Accettazione integrale delle regole del bando e clausola di salvaguardia.**

La partecipazione al presente concorso a premi comporta per il partecipante l'accettazione incondizionata e totale delle regole e delle clausole contenute nel presente bando senza limitazione alcuna, ivi compreso il valore indicato dei premi in palio. I partecipanti che, secondo il giudizio insindacabile del Co.Re.Com. o di terze parti incaricate dalla stessa, partecipino con mezzi e strumenti giudicati sospetti, fraudolenti, o in violazione del normale svolgimento dell'iniziativa, verranno esclusi dalla partecipazione e non potranno conseguire l'eventuale premio e, ove ricevuto, dovranno restituirlo.

## **SONDAGGIO da sottoporre agli studenti attraverso il link**

<https://forms.office.com/e/qPab6R0MBd?origin=lprLink>

- 1) Hai trovato il bando chiaro e comprensibile?
  - Sì, molto chiaro
  - Abbastanza chiaro
  - Poco chiaro
  - Per niente chiaro
- 2) Hai compreso chiaramente il significato di "disinformazione"?
  - Sì
  - No
- 3) Hai capito come gli "algoritmi" influenzano ciò che vedi sui social media?
  - Sì
  - No
- 4) Hai compreso il concetto di "filter bubble" e "echo chamber"?
  - Sì
  - No
- 5) Ritieni di aver afferrato il concetto di "pensiero critico" nel contesto del bando?
  - Sì
  - No
- 6) Il tema del bando ti ha interessato?
  - Molto
  - Abbastanza
  - Poco
  - Per niente
- 7) Ti senti preparato a trattare gli argomenti del bando (disinformazione, algoritmi, ecc.)?
  - Molto preparato
  - Abbastanza preparato
  - Poco preparato
  - Per niente preparato
- 8) Hai già affrontato argomenti simili a scuola?
  - Sì, spesso
  - Sì, qualche volta
  - Raramente
  - Mai
- 9) Disponi delle competenze tecniche necessarie per realizzare il tipo di progetto che vorresti presentare?
  - Sì, tutte
  - Alcune
  - Poche
  - Nessuna
- 10) Hai a disposizione le risorse (software, attrezzature, ecc.) necessarie per realizzare il tuo progetto?
  - Sì, tutte
  - Alcune
  - Poche
  - Nessuna
- 11) Hai già un'idea precisa del progetto che vorresti realizzare?
  - Sì, molto chiara
  - Sì, abbastanza chiara
  - Un'idea vaga
  - Nessuna idea
- 12) Quale tipo di prodotto ti senti più portato a realizzare?
  - Un prodotto audiovisivo (video, podcast, spot)
  - Un prodotto grafico (infografica, poster)

- Un prodotto digitale (app)
  - Un prodotto testuale (articolo, sceneggiatura)
- 13) Quale livello di complessità pensi di poter raggiungere con il tuo progetto?
- Un progetto semplice (es. creazione di un'infografica)
  - Un progetto intermedio (es. realizzazione di un breve video)
  - Un progetto complesso (es. sviluppo di un'applicazione)
  - Un progetto innovativo (es. l'uso di tecnologie emergenti)
- 14) Qual è il tuo livello di interesse nel partecipare a questo concorso?
- Molto interessato
  - Abbastanza interessato
  - Né interessato né disinteressato
  - Poco interessato
  - Per niente interessato
- 15) Quali aspetti del bando consideri più difficili da affrontare? (puoi selezionare più risposte)
- La scelta del tema
  - La realizzazione tecnica del progetto
  - La ricerca delle informazioni
  - La stesura della proposta
  - Altri
- 16) Quali aspetti del bando trovi più interessanti? (puoi selezionare più risposte)
- La possibilità di esprimere la propria creatività
  - L'opportunità di imparare qualcosa di nuovo
  - Il tema della disinformazione
  - La possibilità di vincere un premio
- 17) Che tipo di supporto ti sarebbe utile per portare a termine il progetto?
- Formazione specifica
  - Assistenza tecnica
  - Materiale didattico aggiuntivo
  - Feedback da parte di un tutor
- 18) Hai qualche suggerimento per migliorare il bando?
- quale? \_\_\_\_\_
- 19) Se pensi che il bando non sia sufficientemente chiaro sulle modalità di partecipazione, puoi spiegare il perché?
- \_\_\_\_\_
- 20) Hai altre osservazioni o commenti da fare? (risposta aperta)

In conclusione, si riconosce il prezioso contributo collaborativo di tutti gli stakeholder, fiduciosi che i risultati di questo progetto possano aprire nuove prospettive e opportunità nel definire le prossime fasi di sviluppo, di grande impatto, per prevenire e sensibilizzare sui pericoli della disinformazione ed educare all'uso dei media digitali. Siamo certi che i risultati ottenuti avranno un'influenza positiva sulla comunità, promuovendo una cittadinanza digitale consapevole e critica.

**Sondaggio trasmesso alle scuole secondarie superiori nei giorni 24-25 novembre 2024 e campione di dati rilevati in data 19 dicembre 2024**

1. **Hai trovato il bando chiaro e comprensibile?**
  - Abbastanza chiaro: 56.25%
  - Sì, molto chiaro: 37.50%
  - Poco chiaro: 6.25%
  - Per niente chiaro 0%
2. **Hai compreso chiaramente il significato di "disinformazione"?**
  - Sì: 87.50%
  - No: 12.50%
3. **Hai capito come gli "algoritmi" influenzano ciò che vedi sui social media?**
  - Sì: 93.75%
  - No: 6.25%
4. **Hai compreso il concetto di "filter bubble" e "echo chamber"?**
  - Sì: 56.25%
  - No: 43.75%
5. **Ritieni di aver afferrato il concetto di "pensiero critico" nel contesto del bando?**
  - Sì: 75.00%
  - No: 25.00%
6. **Il tema del bando ti ha interessato?**
  - Molto: 43.75%
  - Abbastanza: 43.75%
  - Poco: 12.50%
  - Per niente 0%
7. **Ti senti preparato a trattare gli argomenti del bando (disinformazione, algoritmi, ecc.)?**
  - Molto preparato: 31.25%
  - Abbastanza preparato: 50.00%
  - Poco preparato: 18.75%
  - Per niente preparato 0%
8. **Hai già affrontato argomenti simili a scuola?**
  - Sì, spesso: 25.00%
  - Sì, qualche volta: 50.00%
  - Raramente 0%
  - Mai: 25.00%
9. **Disponi delle competenze tecniche necessarie per realizzare il tipo di progetto che vorresti presentare?**
  - Sì, tutte: 31.25%
  - Alcune: 50.00%
  - Poche: 18.75%
  - Nessuna 0%
10. **Hai a disposizione le risorse (software, attrezzature, ecc.) necessarie per realizzare il tuo progetto?**
  - Sì, tutte: 31.25%
  - Alcune: 50.00%
  - Poche: 18.75%
  - Nessuna 0%
11. **Hai già un'idea precisa del progetto che vorresti realizzare?**
  - Sì molto chiara 0%
  - Sì, abbastanza chiara: 18.75%
  - Un'idea vaga: 81.25%
  - Nessuna idea 0%
12. **Quale tipo di prodotto ti senti più portato a realizzare?**
  - Un prodotto audiovisivo (video, podcast, spot): 51.00%

- Un prodotto grafico (infografica, poster): 6.00%
  - Un prodotto digitale (app): 25.00%
  - Un prodotto testuale (articolo, sceneggiatura): 18.00%
- 13. Quale livello di complessità pensi di poter raggiungere con il tuo progetto?**
- Un progetto semplice (es. creazione di un'infografica): 31.25%
  - Un progetto intermedio (es. realizzazione di un breve video): 50.00%
  - Un progetto complesso (es. sviluppo di un'applicazione): 18.75%
  - Un progetto innovativo (es. l'uso di tecnologie emergenti) 0%
- 14. Qual è il tuo livello di interesse nel partecipare a questo concorso?**
- Molto interessato: 31.25%
  - Abbastanza interessato: 50.00%
  - Né interessato né disinteressato: 18.75%
  - Poco interessato: 0%
  - Per niente interessato: 0%
- 15. Quali aspetti del bando consideri più difficili da affrontare? (puoi selezionare più risposte)**
- La scelta del tema: 19.00%
  - La realizzazione tecnica del progetto: 51.00%
  - La ricerca delle informazioni: 15.00%
  - La stesura della proposta: 15.00%
  - Altri 0%
- 16. Quali aspetti del bando trovi più interessanti? (puoi selezionare più risposte)**
- La possibilità di esprimere la propria creatività: 43.75%
  - L'opportunità di imparare qualcosa di nuovo: 37.50%
  - Il tema della disinformazione: 18.75%
  - La possibilità di vincere un premio: 0%
- 17. Che tipo di supporto ti sarebbe utile per portare a termine il progetto?**
- Formazione specifica: 31.25%
  - Assistenza tecnica: 56.25%
  - Materiale didattico aggiuntivo: 12.50%
  - Feedback da parte di un tutor: 0%
- 18. Hai qualche suggerimento per migliorare il bando?**
- Quale \_\_\_\_\_
  - No: 100.00%
- 19. Se pensi che il bando non sia sufficientemente chiaro sulle modalità di partecipazione, puoi spiegare perché?**
- \_\_\_\_\_
  - No: 100.00%
- 20. Hai altre osservazioni o commenti da fare? (risposta aperta)**
- \_\_\_\_\_
  - No: 100.00%

\*\*\*\*\*

*La validazione dell'obiettivo è stata effettuata dall'Organo di vertice in data 15/12/2024*

\*\*\*\*\*

### **Conclusioni**

*Il presente documento costituisce l'adempimento della pubblicazione dei risultati dell'obiettivo*

\*\*\*\*\*