



# Manuale del tutor con programma delle lezioni e le risorse per l'apprendimento autonomo

IO3 - Toolkit delle Risorse per  
la Moderazione dei Media

*Traduzione a cura di Speha Fresia*



## Sommario

<b>Descrizione del progetto</b> .....	3
<b>Toolkit delle risorse per la moderazione dei Media</b> .....	3
<b>Introduzione al Modulo 1</b> .....	4
<b>Cosa sono i media di comunità</b> .....	5
<b>Canali multimediali</b> .....	5
<b>Che cosa è la Proprietà Intellettuale?</b> .....	6
<b>Capire il copyright</b> .....	8
<b>Erogazione della formazione</b> .....	11
<b>Note per la facilitazione</b> .....	12
<b>Le cose da fare e da non fare nella realizzazione di questo programma per tutor</b> .....	12
<b>Piano di lezione: Modulo 1 - Nozioni fondamentali per un'efficace produzione e distribuzione di media di comunità</b> .....	14
<b>Dispensa delle attività – AH 1.1</b> .....	23
<b>Dispensa delle attività – AH 1.2</b> .....	24
<b>Dispensa delle attività – AH 1.3</b> .....	25
<b>Introduzione al Modulo 2</b> .....	27
<b>Obiettivi formativi</b> .....	28
<b>Nozioni fondamentali sui concetti chiave da presentare</b> .....	28
<b>Creazione di blacklist e applicazione di filtri di pubblicazione</b> .....	31
<b>Strumenti tecnici per la moderazione dei contenuti</b> .....	32
<b>Approcci alla moderazione dei contenuti sulle piattaforme di social media</b> .....	36
<b>Piano di lezione: Modulo 2 – Modelli di moderazione dei media</b> .....	38
<b>Dispensa delle attività – AH 2.1</b> .....	47
<b>Dispensa delle attività – AH 2.2</b> .....	48
<b>Dispensa delle attività – AH 2.3</b> .....	49
<b>Manuale delle risorse per l'apprendimento autogestito</b> .....	51
<b>1.1 Attività di apprendimento autogestito</b> .....	51
<b>1.2 Attività di apprendimento autogestito</b> .....	53
<b>Risorse aggiuntive autogestite</b> .....	55
<b>SDLR-1</b> .....	55
<b>SDLR-2</b> .....	55
<b>SDLR-3</b> .....	56
<b>SDLR-4</b> .....	56
<b>SDLR-5</b> .....	57

<b>Dispensa delle risorse per l'apprendimento autonomo</b> .....	58
<b>1.1 Attività per l'apprendimento autonomo</b> .....	58
<b>1.2 Attività per l'apprendimento autonomo</b> .....	59
<b>SDLR-1</b> .....	60
<b>SDLR-2</b> .....	60
<b>SDLR-3</b> .....	61
<b>SDLR-4</b> .....	61
<b>SDLR-5</b> .....	62

## Descrizione del progetto

WIRES-CROSSED è un progetto KA2 Erasmus + della durata di due anni che mira a fornire alle comunità locali tutte le informazioni, le attitudini e le capacità che le renderanno in grado di creare, supervisionare e mantenere un'esauriente amministrazione dei media per i residenti locali.

Uno dei passaggi più importanti dell'attuazione del progetto è identificare e responsabilizzare i cittadini all'interno delle comunità locali affinché assumano un ruolo attivo nella promozione di notizie reali sulla loro area locale e, soprattutto, nell'affrontare le fake news.

Le altre azioni del progetto includono: condurre un audit di alfabetizzazione mediatica locale, utilizzare un metodo di ricerca partecipativo, documentare la competenza digitale delle relative comunità locali, sviluppare risorse di apprendimento utilizzando i risultati della ricerca per attrezzare e supportare un gruppo locale di individui e per avviare il proprio Media di Comunità.

Tutti gli strumenti di cui sopra saranno resi accessibili tramite il portale di apprendimento interattivo online di WIRES-CROSSED, e pertanto aiuteranno a diffondere la conoscenza su come combattere le fake news e a fornire supporto fornendo notizie online qualificate e comprensibili.

## Toolkit delle risorse per la moderazione dei Media

Il Toolkit delle risorse per la moderazione dei media è il materiale di formazione per il Team locale di gestione dei media. Spiega come moderare i contenuti ed è essenziale. Le risorse includono:

- Manuale del tutor contenente:
  - Capitolo teorico di 1-2 pagine
  - Capitolo degli strumenti 1-2 pagine in base al numero di strumenti
  - Piano di lezione per la formazione in presenza
  - Presentazione PowerPoint per l'apprendimento in presenza basata sul programma della lezione
  - Manuale per studenti per l'apprendimento in presenza
  - 1 Attività in apprendimento autonomo (abbr. SDL = *Self-Directed Learning*)
  - Risorse aggiuntive per l'apprendimento autonomo (abbr. SDLR = *Self-Directed Learning Resources*)

## Introduzione al Modulo 1

Lo scopo di questo manuale è fornire ai tutor istruzioni su come abbinare correttamente le notizie prodotte ai canali mediatici corretti per ottenere la reazione migliore. Serve per comprendere e implementare il GDPR, comprese le informazioni sulle questioni legate al copyright, serve per sapere come citare correttamente altre persone e per fornire una conoscenza di base del significato di 'proprietà intellettuale'. Questo manuale è progettato per coinvolgere attivamente i partecipanti nel processo di apprendimento.

Il Manuale del Tutor comprende i seguenti elementi:

- Panoramica e introduzione ai moduli di moderazione
- Consulenza e guida per i tutor che forniscono questo contenuto
- Piani di lezione per la realizzazione dei seminari face to face

Quattro decenni fa il dominio incontrastato di una manciata di reti televisive è stato sbaragliato dall'emergere della televisione via cavo collegata tramite satellite. Negli anni '90 Internet ci ha reso capaci di inviare contenuti scritti e altri tipi di dati in tutto il mondo. Ora, un decennio dopo, foto, audio e video stanno diventando facilmente trasmissibili, così come prima lo era per i semplici contenuti di testo. L'era della comunicazione elettronica personale e delle reti a banda larga è vicina e ogni aspetto della nostra cultura mediatica sta cambiando. Le comunità in tutto il paese stanno assumendo il controllo dei media, adattando le nuove tecnologie alle esigenze sociali, economiche, educative, culturali e informative dei loro residenti<sup>1</sup>. (Fred Johnson, 2006)

Il mantenimento di un ambiente mediatico di comunità nei social media odierni richiede che siano messi in atto controlli appropriati per moderare i contenuti pubblicati. È estremamente essenziale supervisionare la produzione di tutti i contenuti prodotti prima della pubblicazione negli ambienti di contenuto creati dagli utenti di oggi. Le risorse proposte per la moderazione dei media affronteranno una serie di aree pratiche come l'abbinamento delle notizie prodotte ai canali mediatici corretti; comprendere e osservare il GDPR; essere consapevoli della proprietà intellettuale, dei problemi di copyright e delle corrette procedure di citazione che sono tutti i primi passi essenziali per una produzione e distribuzione di media di comunità sostenibili ed efficaci.

---

<sup>1</sup> <https://www.issuelab.org/resources/807/807.pdf>

## Cosa sono i media di comunità

Il Consiglio d'Europa riconosce il valore dei media comunitari come fonte di contenuto locale, diversità culturale e linguistica, pluralismo dei media, inclusione sociale e dialogo interculturale. Appoggia l'impegno dei media di comunità nei confronti dei media e dell'alfabetizzazione informatica, attraverso lo sviluppo del pensiero critico e creativo e la partecipazione attiva alla produzione di contenuti multimediali<sup>2</sup>. (Il Consiglio d'Europa, 2017).

Wikipedia definisce i media della comunità in modo molto ampio come "qualsiasi forma di media che è creata e controllata da una comunità, sia una comunità geografica che una comunità di identità o interessi. I media della comunità sono separati dai media commerciali, dai media statali o dalle trasmissioni pubbliche ". In poche parole, i media di comunità sono media creati per consentire alle persone di raccontare storie e avere le conversazioni necessarie per il proprio sviluppo autodiretto come cittadini (Howley, 2005; Jankowski, 2003; Rennie, 2006).

I media di comunità svolgono un ruolo significativo, ma in gran parte non riconosciuto, nella cultura popolare. A differenza dei loro omologhi commerciali e del servizio pubblico, i media comunitari forniscono alla "gente comune" l'accesso agli strumenti di comunicazione mediata dal computer, dalla radio e dalla televisione<sup>3</sup>. (Kevin Howley, 2020)

## Canali multimediali

Per **canale multimediale** si intende uno specifico mezzo con cui il messaggio di un inserzionista viene trasmesso al pubblico di destinazione.<sup>4</sup>

I media tradizionali includono principalmente pubblicità e metodi di marketing non digitali.

I media tradizionali si servono di:

- Pubblicità televisiva
- Pubblicità radiofonica
- Pubblicità stampata
- Annunci di posta diretta
- Cartelloni pubblicitari e insegne fuori sede
- Chiamata a freddo
- Vendita porta a porta
- Banner pubblicitari

---

<sup>2</sup> <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/community-media>

<sup>3</sup> <https://www.encyclopedia.com/media/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/community-media>

<sup>4</sup> Govoni, N.A. *Dictionary of Marketing Communications*, Sage Publications. (2004)

I nuovi media, chiamati anche media digitali, si servono di metodi che sono per lo più online o che in un certo senso coinvolgono Internet.

Questi metodi includono:

- Ottimizzazione del motore di ricerca
- Pubblicità pay-per-click
- Content Marketing
- Social media
- Marketing via e-mail

### Che cosa è la Proprietà Intellettuale?<sup>5</sup>

La **Proprietà Intellettuale** è un'ampia descrizione categoriale, con cui si intende generalmente l'insieme di beni immateriali posseduti e legalmente protetti da un'azienda, dall'uso esterno o dall'implementazione senza consenso. Un bene immateriale è un bene non fisico posseduto da un'azienda.

Il concetto di Proprietà Intellettuale si riferisce al fatto che a determinati prodotti dell'intelletto umano dovrebbero essere concessi gli stessi diritti di protezione che si applicano alla proprietà fisica, che sono chiamati beni tangibili. La maggior parte delle economie sviluppate dispone di misure legali per proteggere entrambe le forme di proprietà. (W. Kenton, 2020)

#### **Comprendere la Proprietà Intellettuale**

Le aziende sono diligenti quando si tratta di identificare e proteggere la proprietà intellettuale, perché ha un valore così alto nell'economia odierna, sempre più basata sulla conoscenza. Estrarre valore dalla proprietà intellettuale e impedire ad altri di ricavarne valore è una responsabilità importante per qualsiasi azienda. La proprietà intellettuale può assumere molte forme. Sebbene sia una risorsa immateriale, la proprietà intellettuale può essere molto più preziosa delle risorse fisiche di un'azienda. La proprietà intellettuale può rappresentare un vantaggio competitivo e, di conseguenza, è ferocemente custodita e tutelata dalle società che ne detiene la proprietà.

#### **Tipi di Proprietà Intellettuale**

La Proprietà Intellettuale può essere rappresentata da molti tipi di beni immateriali, alcuni dei più comuni sono elencati di seguito.

---

<sup>5</sup> <https://www.investopedia.com/terms/i/intellectualproperty.asp>

## **Brevetto**

Il brevetto è un diritto di proprietà per un investitore che in genere viene concesso da un'agenzia governativa, come l'Ufficio marchi e brevetti statunitense. Il brevetto concede all'inventore i diritti esclusivi sull'invenzione, che potrebbe essere un progetto, un processo, un miglioramento o un'invenzione fisica come una macchina. Le società di tecnologia e software spesso hanno brevetti per i loro progetti. Ad esempio, il brevetto per il personal computer è stato depositato nel 1980 da Steve Jobs e da altri tre colleghi di Apple Inc.

## **Copyrights**

Il copyright fornisce agli autori e ai creatori del materiale originale, il diritto esclusivo di utilizzare, copiare o duplicare il loro materiale. Gli autori di libri, così come gli artisti musicali, hanno le loro opere protette da copyright. Un copyright afferma inoltre che i creatori originali possono concedere a chiunque l'autorizzazione per utilizzare l'opera tramite un contratto di licenza.

## **Marchi**

Un marchio è un simbolo, una frase o un'insegna riconoscibile e rappresenta un prodotto che lo distingue legalmente da altri prodotti. Un marchio è assegnato esclusivamente ad un'azienda, il che significa che la società possiede il marchio in modo che nessun altro possa utilizzarlo o copiarlo. Un marchio è spesso associato al marchio di un'azienda. Ad esempio, il logo e il nome del marchio "Coca Cola" sono di proprietà di Coca-Cola Company (KO).

## **Franchising**

Un franchise è la licenza che una società, un individuo o un partito - chiamato affiliato - acquista e che gli consente di utilizzare il nome, il marchio, le informazioni esclusive e i processi di una società - il franchisor. L'affiliato è in genere un piccolo proprietario di attività o un imprenditore che andrà a gestire il negozio o la filiale. La licenza consente all'affiliato di vendere un prodotto o fornire un servizio a nome dell'azienda. In cambio il franchisor riceve dall'affiliato la commissione di avvio e le commissioni di licenza in corso. Esempi di società che utilizzano il modello di business in franchising includono *United Parcel Service* (NYSE: UPS) e *McDonald's Corporation* (NYSE: MCD).

## **Segreti commerciali**

Un segreto commerciale è un processo o una pratica aziendale che non costituisce un'informazione pubblica, che fornisce un beneficio o un vantaggio economico all'azienda o al detentore del segreto commerciale. I segreti commerciali devono essere attivamente protetti dall'azienda e sono in genere il risultato della ricerca e dello sviluppo di un'azienda. Esempi di segreti commerciali potrebbero essere un design, un modello, una ricetta, una formula o un'informazione esclusiva. I segreti commerciali vengono utilizzati per creare un modello di business che caratterizza e distingue le offerte dell'azienda nei confronti dei propri clienti, fornendo all'azienda stessa un vantaggio competitivo.



## Considerazioni speciali

Molte forme di proprietà intellettuale non possono essere elencate nel bilancio come attività poiché non esistono principi contabili specifici per valutare ciascuna risorsa. Tuttavia, il valore della proprietà tende a riflettersi nel prezzo delle azioni poiché i partecipanti al mercato sono consapevoli dell'esistenza della proprietà intellettuale.

Alcune attività immateriali, come i brevetti, sono registrate come proprietà perché hanno una data di scadenza. Tali attività sono rilevate da un valore numerico attraverso il processo di ammortamento. L'ammortamento è un metodo contabile che riduce il valore di un'attività immateriale su un determinato lasso di tempo. Questo processo aiuta l'azienda a ridurre il proprio reddito, perché permette di spendere ogni anno un determinato importo a fini fiscali man mano che si esaurisce la vita utile dell'attività immateriale.

Ad esempio, un brevetto potrebbe avere validità solo 20 anni, prima di essere registrato come dominio pubblico. Una società assegnerebbe un valore totale al brevetto. Ogni anno, per 20 anni, il brevetto verrebbe addebitato o ammortizzato per lo stesso importo dividendo il valore totale per 20 anni. Ogni anno l'importo dell'attivo ammortizzato ridurrebbe il reddito netto o l'utile della società a fini fiscali. Tuttavia, la proprietà intellettuale considerata a vita perpetua, come un marchio, non viene ammortizzata poiché non ha scadenza.

## Capire il copyright

In questa nostra era digitale il Copyright e tutte le questioni relative al copyright sono spesso evidenziate nei notiziari. L'avvento della facile condivisione di file tramite Internet e l'avvento di altri strumenti per copiare opere digitali ha messo i giovani amanti della musica, dei video e dei giochi nella posizione di affrontare quasi quotidianamente le decisioni etiche e legali che coinvolgono il copyright. Il copyright è il diritto legale, concesso all'autore di un'opera originale, di controllarne la pubblicazione, la produzione, la vendita o la distribuzione. Vi sono comprese le opere letterarie, drammatiche, musicali, artistiche ed anche alcune altre opere intellettuali. Pensa alla parola stessa: "copia" - "diritto". Il proprietario ha il diritto di decidere come o se la sua creazione verrà copiata.

Il diritto d'autore ha inizio alla creazione di un'opera in forma tangibile (una forma che può essere vista o toccata, come libri o disegni, o vista e ascoltata, come film, CD o videogiochi). Un racconto popolare orale non è protetto da copyright finché non viene scritto o registrato. Allo stesso modo, altre creazioni, come una scultura di ghiaccio o un castello di sabbia, sarebbero troppo transitorie (scompaiono rapidamente) per soddisfare il requisito di tangibilità. Inoltre, per essere classificato come soggetto a copyright, un elemento deve essere intrinsecamente creativo o "originale". Una semplice raccolta di fatti - come un elenco telefonico - non sarebbe coperta da copyright, ma una

raccolta intelligente di fatti oppure un'opera che accumula tali fatti in modo originale potrebbe essere coperta da copyright<sup>6</sup>.

### **Perché avere il copyright?**

Le leggi sul diritto d'autore si basano sul concetto che chi crea un'opera e ne è l'autore meriti in qualche modo di essere compensato per questo. Così, nel rispetto dei diritti del pubblico a fruire liberamente di idee e informazioni, si promuovono nuove opere e si avvantaggia la società nel suo insieme.

### **Mostra copyright**

Ai sensi del Copyright Act del 1976, l'avviso di copyright consta di tre elementi: (1) il simbolo "©" o l'abbreviazione "Copr.", o la parola "Copyright" (2) la data della prima pubblicazione; e (3) il nome del proprietario del copyright. Il copyright in un'opera non deve essere registrato o protetto da un avviso (sebbene ciò sia consigliato per chiarire al pubblico che l'autore sta rivendicando la protezione del copyright nell'opera). Le opere sono protette dalla legge sul copyright anche se l'avviso di copyright non viene mostrato.

### **Cosa non è protetto dal diritto d'autore?**

A volte è più facile guardare cosa NON è protetto da copyright per avere una piena comprensione del concetto. Di seguito è riportato un elenco di elementi che ne sono esclusi, secondo la normativa europea. Copyright Office: il lavoro protetto da copyright non deve essere registrato o protetto da un avviso (anche se gli avvocati specializzati sul copyright lo consigliano). I creatori posseggono i diritti di copyright per il loro lavoro anche se non viene mostrato nessun avviso di copyright.

### **Il copyright non protegge <sup>7</sup>:**

- lavori non originali;
- opere il cui termine di copyright è scaduto;
- idee, temi, motivazioni (ad esempio l'idea per un film che parli di una guerra tra vampiri e lupi mannari; l'idea per un progetto di ricerca);
- dichiarazioni di fatti (ad esempio, il fatto che la battaglia di Hastings abbia avuto luogo nel 1066, o che la Germania abbia vinto 7:1 contro il Brasile ai mondiali di calcio del 2014);
- 'opere' create dalla natura (ad es. rocce o alberi conformati in maniera particolare ma senza l'intervento umano, canti di uccelli);

---

<sup>6</sup> European IPR Helpdesk. (2017). Copyright essentials .  
[https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-copyright\\_essentials.pdf](https://www.iprhelpdesk.eu/sites/default/files/newsdocuments/Fact-Sheet-copyright_essentials.pdf)

<sup>7</sup> <https://www.clarin.eu/content/clic-overview-copyright-law>

- singole parole [CJEU C-5/08 Infopaq];
- problemi e formule matematiche;
- scoperte (poiché non sono state create, ma esistevano oggettivamente prima di essere scoperte).

Al fine di fornire un certo equilibrio e per proteggere la libertà di espressione, la legge sul copyright è interpretata in modo da consentire l'uso quotidiano di opere protette da copyright necessarie agli utenti e ai creatori. Tali usi sono noti come "eccezioni al copyright"<sup>8</sup>.

Come elencato qui di seguito, gli Stati membri dell'UE possono prevedere, in particolare, le seguenti:

#### **Eccezioni al diritto d'autore<sup>9</sup>:**

- fotocopia / riproduzione fotografica
- copia privata
- riproduzioni tramite biblioteche, archivi e musei
- registrazioni effimere effettuate da emittenti
- riproduzione di trasmissioni effettuate da istituzioni sociali
- illustrazione per l'insegnamento o la ricerca scientifica
- reportage sull'attualità effettuati della stampa
- la citazione fatta a fini di critica o di rassegna
- impiego per fini di pubblica sicurezza
- impiego in discorsi pubblici ed in pubbliche letture
- utilizzo in spazi pubblici di sculture o di opere di architettura
- utilizzo per pubblicizzare l'esposizione o la vendita di opere d'arte
- uso a scopo di caricatura, di parodia o di pastiche
- utilizzo a scopo privato di ricerca o di studio.

In ogni caso ribadiamo che le leggi nazionali sul copyright possono differire tra di loro in relazione alle eccezioni di violazione del copyright adottate in ciascun paese. La Commissione europea ha presentato proposte legislative per armonizzare la legge sul diritto d'autore allo scopo di facilitare la

---

<sup>8</sup> Le eccezioni al copyright sono contenute nella Convenzione di Berna e, per la maggior parte, esse non vengono intese come obbligatorie. Spetta perciò agli Stati membri determinare quali eccezioni vogliono applicare nella loro legislazione nazionale

<sup>9</sup> Articolo 5 della Convenzione di Berna per la Protezione delle opere letterarie e artistiche

concessione in licenza di opere audiovisive europee, e la digitalizzazione e disponibilità di opere fuori commercio<sup>10</sup>.

## Erogazione della formazione

Questo Manuale del Tutor presenta i contenuti della formazione in presenza presenti nel modulo denominato “**Moderazione dei Media**”. Tali contenuti devono essere forniti attraverso un laboratorio pratico da realizzare sul campo. Questo modulo è stato progettato per essere consegnato alle comunità che desiderano essere pienamente consapevoli della necessità di moderare i contenuti multimediali e pienamente addestrate nel prendere una decisione informata sui tipi di moderazione che si rendono necessari di volta in volta. Da qui in poi, in questo manuale, gli studenti di questo laboratorio verranno definiti "partecipanti".

Nel primo modulo della Moderazione dei Media, il contenuto formativo faccia a faccia consta di 5 ore di apprendimento:

### **Modulo 1 - Nozioni fondamentali per la produzione e distribuzione efficaci di media di comunità - 5 ore**

- Come abbinare correttamente le notizie prodotte ai canali media corretti al fine di ottenere la reazione migliore.
- Questioni legate al copyright.
- Comprensione e implementazione del GDPR (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati).
- Come citare correttamente altre persone.
- Comprensione del concetto di Proprietà Intellettuale.
- Moderazione automatizzata.

Questo modulo è stato progettato per essere erogato in presenza con una tempistica di oltre 5 ore di confronto. Viene assegnata poi un'ulteriore formazione aggiuntiva di 4 ore che è autogestita e durante la quale i partecipanti vengono sollecitati alla moderazione dei contenuti pubblicati. Questo contenuto di formazione in presenza è supportato da materiale di apprendimento autogestito, accessibile tramite il portale di e-learning WIRES CROSSED, disponibile su: <http://wirescrossed.eu/>. Tutto il materiale di apprendimento autonomo è stato progettato e sviluppato per supportare l'erogazione del Toolkit WIRES CROSSED delle risorse per la moderazione dei media.

---

<sup>10</sup> Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on copyright in the Digital Single Market – COM (2016)593,

## Note per la facilitazione

- Questi moduli sono progettati per fornire flessibilità nella pianificazione, nella conduzione e nella valutazione del programma di formazione.
- Il contenuto dell'apprendimento include le risorse per la moderazione di media che possono essere scaricate qui: <http://wirescrossed.eu/>.
- Le unità possono essere utilizzate indipendentemente, nonché allungate o accorciate a seconda del livello di esperienza e di competenza dei partecipanti.
- Una volta completata questa formazione, i partecipanti avranno acquisito sicurezza e capacità nel moderare i contenuti pubblicati. Di conseguenza, il formatore dovrebbe coinvolgere tutti i partecipanti ai seminari in presenza, incoraggiarne la partecipazione attiva ed essere pronto ad adattare il materiale alle esigenze di apprendimento dei partecipanti concentrandosi sugli aspetti tecnici della formazione.
- Prima dell'inizio del workshop tutti i telefoni dei partecipanti (compreso il tuo!) dovrebbero essere spenti e dovrebbe essere chiesto loro di apporre un'etichetta o un cavalierino con il proprio nome.

## Le cose da fare e da non fare nella realizzazione di questo programma per tutor

Le seguenti "cose da fare e da non fare" dovrebbero essere sempre tenute a mente dal formatore durante le sessioni di apprendimento.

### Cosa fare:

- Preparati in anticipo!
- Coinvolgi i partecipanti e incoraggia la partecipazione
- Utilizza materiale ausiliare di natura visiva e fai riferimento a <http://wirescrossed.eu/> per ulteriori risorse di apprendimento autogestito
- Parla chiaramente e collega un argomento a quello successivo
- Utilizza la consequenzialità logica tra gli argomenti
- Incoraggia a fare domande e a fornire feedback
- Riassumi e ricapitola alla fine di ogni sessione
- Gestisci il tempo a disposizione in maniera ottimale
- Sii consapevole del linguaggio del corpo dei partecipanti

- Quando presenti, concentrati sugli occhi dei partecipanti
- Mantieni il gruppo concentrato sul compito
- Valuta dopo ogni sessione!

**Cosa non fare:**

- Non voltare le spalle ai partecipanti durante la presentazione
- Non bloccare il materiale ausiliario visivo
- Non evitare di incontrare lo sguardo dei partecipanti!
- Non stare in piedi in un punto - spostati nella stanza
- Non ignorare i commenti e i feedback dei partecipanti (sia verbali sia non verbali)

## Piano di lezione: Modulo 1 - Nozioni fondamentali per un'efficace produzione e distribuzione di media di comunità

<b>Titolo del Modulo</b>	Modulo 1 - Nozioni fondamentali per un'efficace produzione e distribuzione di media di comunità
<b>Gruppo dei destinatari</b>	I Local Media Action Group diventeranno il Local Media Management Team nelle ultime fasi del ciclo di vita del progetto e se ne assumeranno la responsabilità, attraverso il continuo supporto dei partner. Saranno pienamente consapevoli della necessità di moderare i contenuti dei media e pienamente formati per prendere una decisione consapevole sui tipi di moderazione necessari.
<b>Scopo del Modulo</b>	Questo modulo aiuterà il gruppo target ad abbinare le notizie prodotte ai canali media corretti per ottenere la reazione migliore; aiuterà a comprendere e ad implementare il GDPR, incluse le informazioni sulle questioni legate al copyright; spiegherà come citare correttamente altre persone e fornirà una comprensione di base su che cosa sia la Proprietà Intellettuale.
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	Al termine del modulo i partecipanti saranno in grado di: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sviluppare l'intelligenza digitale</li> <li>• Sviluppare capacità di ricerca</li> <li>• Sviluppare il pensiero creativo e il pensiero analitico</li> <li>• Utilizzare capacità organizzative per svolgere attività di collaborazione</li> <li>• Selezionare database specifici per trovare informazioni specifiche.</li> <li>• Sviluppare capacità di alfabetizzazione informatica</li> <li>• Disporsi a cooperare e ad essere di mentalità aperta</li> <li>• Disporsi a lavorare come parte di un team creativo</li> <li>• Imparare i criteri sulla protezione dei dati</li> </ul>
<b>Durata</b>	5 ore
<b>Argomenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Come abbinare correttamente le notizie prodotte ai canali media corretti al fine di ottenere la reazione migliore</li> <li>○ Comprensione di cosa si intende per Proprietà Intellettuale</li> <li>○ Questioni legate al copyright</li> <li>○ Come citare correttamente altre persone</li> <li>○ Comprensione e implementazione del GDPR</li> </ul>

<b>Allestimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trova una stanza con tavoli, sedie, computer e proiettore. Prenota almeno 2 mesi prima dell'inizio del workshop.</li> <li>▪ Per le attività del seminario trova istruttori tra le persone che non conosci</li> <li>▪ Informa i partecipanti sullo scopo del workshop, i suoi obiettivi e il programma che verrà seguito. Inoltre, spiega loro che non hanno bisogno di alcuna particolare esperienza o conoscenza pregressa nei campi che verranno trattati.</li> <li>▪ Organizza il catering per il caffè e le pause pranzo oppure fornisci informazioni su dove trovare da mangiare nelle vicinanze</li> </ul>
---------------------	---

**Piano della lezione per l'apprendimento in presenza**

Nr.	Argomenti e sotto argomenti / Attività di apprendimento	Durata (minuti)	Metodi formativi	Materiali / attrezzatura richiesti
<b>1</b>	<p><b>Introduzione</b></p> <p>Il tutor accoglie i partecipanti, si presenta e presenta i contenuti e i risultati di apprendimento da trattare durante il workshop di 5 ore.</p>	10 minuti	Presentazione	<p>Luogo di formazione con attrezzatura informatica per tutti i partecipanti</p> <p>Lavagna a fogli mobili e pennarelli</p> <p>Registro presenze</p> <p>Penne e materiale per prendere appunti a disposizione dei partecipanti</p> <p>Sedie in circolo per il giro di presentazioni</p> <p>Boombox per riprodurre musica</p> <p>Proiettore, portatile e schermo</p> <p>Diapositive 1-3 della PPT M1</p>



2	<p><b>Attività Nr 1: La storia del mio nome</b></p> <p>I partecipanti si presentano e raccontano la storia del loro nome: da dove proviene, qual è il significato, perché i loro genitori gli hanno dato questo nome e se è popolare nel paese di origine. Lo scopo di questa attività è che i partecipanti si conoscano meglio, si divertano e prendano confidenza.</p>	20 minuti	I partecipanti si presenteranno coinvolgendo nell'attività l'intero gruppo.	Sedie in circolo per il giro di presentazioni Diapositiva 4 della PPT M1 Manuale-Dispensa
3	<p><b>Presentazione della teoria</b></p> <p>L'ABC dei mezzi di comunicazione</p> <p>Il formatore utilizza le diapositive PowerPoint per introdurre la definizione di mezzi di comunicazione e per descrivere i diversi tipi di canali mediatici.</p>	20 minuti	Presentazione	PC / portatile Proiettore Diapositive 5-10 della PPT M1 Manuale-Dispensa
4	<p><b>Attività n. 2: quali sono i canali mediatici?</b></p> <p>Questa attività aumenterà la comprensione che i partecipanti hanno del termine "canali mediatici" e aumenterà altresì la capacità di abbinare il contenuto ai canali mediatici.</p> <p>L'educatore conduce una breve discussione con tutti i partecipanti chiedendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quali tipi di canali multimediali conosci?</li> <li>• Che aspetto hanno le notizie o i contenuti perfetti per ogni canale?</li> </ul> <p>Il formatore scrive le idee del gruppo sulla lavagna a fogli mobili per trovare differenze e somiglianze tra le varie definizioni presentate e per trovare una definizione comune.</p>	20 minuti	Brainstorming Dibattito Reazione-feedback	Lavagna a fogli mobili Pennarello Diapositiva 11 della PPT M1 Manuale-Dispensa
5	<p><b>Presentazione della teoria</b></p> <p><b>Definizione di Proprietà Intellettuale</b></p> <p>Il formatore conduce una breve discussione di gruppo sul concetto di Proprietà Intellettuale e utilizza il video di YouTube per introdurre una definizione.</p>	20 minuti	Brainstorming Dibattito Feedback	Lavagna a fogli mobili Pennarelli PC / portatili Proiettore

				<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY">https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY</a> Diapositive 12-13 della PPT M1 Manuale-Dispensa
6	<b>Attività n. 3: corrispondenza dei termini di Proprietà Intellettuale</b> Questa attività aiuterà i partecipanti ad iniziare a individuare alcuni dei principali termini legati al concetto di Proprietà Intellettuale. 1. Il formatore consegna ad ogni partecipante la dispensa delle attività 1.1 e consente loro di riflettere sulla soluzione entro 15 minuti. 2. Dopo 15 minuti il formatore chiede al gruppo come hanno trovato questa attività in termini di riconoscimento della Proprietà Intellettuale. 3. Dopo la discussione, il formatore inizia la sessione di brainstorming chiedendo ai partecipanti: "Il plagio è solo un danno per l'autore o in alcuni casi potrebbe contribuire ad aumentare la popolarità dell'autore stesso?".	25 minuti	Attività di gruppo	Penne e materiale per prendere appunti a disposizione dei partecipanti Dispensa dell'attività-AH 1.1 Diapositiva 14 della PPT M1 Manuale-Dispensa
7	<b>Pausa</b>	15 minuti		
8	<b>Presentazione della teoria</b> <b>Utilizzo del copyright</b> Il trainer utilizza un video di YouTube per presentare l'argomento sul copyright. Questo video fornirà delle informazioni di base sul copyright. Per una comprensione più completa, il formatore presenta diapositive PPT che spiegano i problemi di Copyright.	20 minuti	?	Copyright e video sull'uso appropriato: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=suMza6Q8J08">https://www.youtube.com/watch?v=suMza6Q8J08</a> Diapositive PPT M1 15-19 Manuale-Dispensa
9	<b>Attività Nr 4: Comprensione dei problemi di copyright</b>	30 minuti	Attività di gruppo Brainstorming	PC / portatile Proiettore

	<p>Questa attività presenterà informazioni sul copyright e aiuterà i partecipanti a riconoscere alcuni dei principali tipi di problemi di copyright.</p> <p>1. Il formatore divide il gruppo in 3 gruppi più piccoli e chiede a ciascuno di questi di nominare un incaricato per il feedback.</p> <p>2. Dopodiché, fornisce a ciascun gruppo uno dei seguenti scenari dalla dispensa AH 1.2 e consente loro di pensare alla soluzione per i successivi 15 minuti.</p> <p>3. Trascorsi i 15 minuti, il formatore chiede loro di leggere al resto del gruppo sia gli scenari che le soluzioni.</p> <p>4. Il formatore chiede al gruppo se hanno trovato questa attività efficace e fruttuosa in termini di riconoscimento dei problemi di copyright.</p>		<p>Dibattito</p> <p>Feedback</p>	<p>Lavagna a fogli mobili</p> <p>Pennarelli</p> <p>Penne e materiale per prendere appunti per i partecipanti</p> <p>Dispensa attività-AH 1.2</p> <p>Diapositiva 20 della PPT M1</p> <p>Manuale-Dispensa</p>
<b>10</b>	<p><b>Presentazione della teoria</b></p> <p><b>L'importanza della citazione</b></p> <p>Il formatore utilizza una breve presentazione PowerPoint per mostrare agli studenti le informazioni teoriche sulla citazione. I diversi tipi di citazioni, perché è importante utilizzare una citazione, la citazione nel testo e l'elenco di riferimento, ecc.</p>	20 minuti	?	<p>PC / portatile</p> <p>Proiettore</p> <p>Diapositive 21-46 della PPT M1</p> <p>Manuale-Dispensa</p>
<b>11</b>	<p><b>Attività Nr 5: una citazione corretta</b></p> <p>L'obiettivo di questa attività è far acquisire ai partecipanti familiarità con una varietà di fonti e mostrare l'importanza di creare citazioni adeguate.</p> <p>1. Il formatore inizia la discussione chiedendo ai partecipanti: "Qual è lo scopo di una citazione?".</p> <p>2. Quindi il formatore divide il gruppo in 3 gruppi più piccoli e chiede a ciascuno di nominare un incaricato per il feedback.</p>	30 minutes	<p>Attività di gruppo</p> <p>Brainstorming</p> <p>Dibattito</p> <p>Feedback</p>	<p>PC/ Portatile/ iPad</p> <p>Proiettore</p> <p>Lavagna a fogli mobili</p> <p>Romanzi</p> <p>Giornali</p> <p>Riviste</p> <p>Pennarelli</p> <p>Penne e materiale per prendere</p>

	<p>3. Il tutor fornisce a ciascun gruppo 3-5 risorse diverse, ad esempio: romanzi, articoli di giornale, articoli di riviste, discorsi, un iPad con su un articolo di giornale o un abstract di file audio, un laptop con un articolo di giornale visualizzato sullo schermo, ecc.</p> <p>4. I gruppi avranno 20 minuti per creare una citazione utilizzando gli stili APA, MLA e Chicago per la fonte, verificare che tutte le informazioni sulla citazione siano accurate e aggiungere la citazione alla bibliografia del gruppo.</p> <p>Dopo 20 minuti, i partecipanti controllano la loro bibliografia e il formatore inizia una discussione con loro ponendo le seguenti domande:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Come hai trovato l'attività?</li> <li>• Qual è stata la parte più difficile dell'attività?</li> <li>• Come ti sentiresti se le tue idee o il tuo lavoro venissero usati senza darti credito?</li> </ul>			<p>appunti per i partecipanti</p> <p>Diapositiva 47 della PPT M1</p> <p>Manuale-Dispensa</p>
<b>12</b>	<b>Pausa</b>	15 minuti		
<b>13</b>	<p><b>Presentazione della teoria</b></p> <p><b>GDPR e protezione dei dati</b></p> <p>Il formatore mostra il video di YouTube e conduce una discussione di gruppo sulle esperienze dei partecipanti in materia di GDPR.</p> <p>Quindi, utilizzando le diapositive PPT, fornisce una breve introduzione al Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR), discute l'ambito e l'applicabilità del GDPR, la terminologia di base della legge, i diritti che fornisce alle persone nell'UE e le responsabilità che impone alle organizzazioni.</p>	20 minuti	<p>Brainstorming</p> <p>Dibattito</p> <p>Feedback</p>	<p>PC / portatile</p> <p>Proiettore</p> <p>Video GDPR: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=j6wwBqfSk-o">https://www.youtube.com/watch?v=j6wwBqfSk-o</a></p> <p>Diapositive 48-53 della PPT M1</p> <p>Manuale-Dispensa</p>

<p><b>14</b></p>	<p><b>Attività Nr 6: Trattamento dei dati personali</b></p> <p>Lo scopo dell'attività è di far comprendere e implementare ai partecipanti i vari aspetti del GDPR nella loro vita personale e professionale.</p> <p>1. Il formatore divide il gruppo in 3 gruppi più piccoli e chiede a ciascuno di nominare un incaricato per il feedback.</p> <p>2. Il formatore fornisce ai gruppi da uno a due scenari (Dispensa attività 1.3) da discutere nei loro gruppi e concorda su cosa farebbero per assicurarsi di essere conformi al GDPR.</p> <p>3. Dovrebbero quindi essere pronti a dare un feedback ai loro pensieri all'intero gruppo.</p> <p>4. Il formatore chiede al gruppo se hanno trovato utile e fruttuosa questa attività in termini di implementazione del GDPR.</p>	<p>25 minuti</p>	<p>Attività di gruppo</p> <p>Brainstorming</p> <p>Dibattito</p> <p>Feedback</p>	<p>PC/ Portatile</p> <p>Proiettore</p> <p>Penne e materiale per prendere appunti per i partecipanti</p> <p>Dispensa attività-AH 1.3</p> <p>Diapositiva 54 della PPT M1</p> <p>Manuale-Dispensa</p>
<p><b>15</b></p>	<p><b>Conclusione del workshop</b></p> <p>Il formatore fa un ragguglio degli argomenti del seminario di 5 ore del Modulo 1 e chiede ai partecipanti di riferire in 1-2 frasi per dire quali degli argomenti discussi nelle ultime 5 ore sono stati i più interessanti / importanti per loro. Ha luogo un dibattito di gruppo.</p> <p>A tutti i partecipanti viene consegnato un questionario di valutazione da compilare.</p>	<p>10 minuti</p>	<p>Dibattito</p> <p>Valutazione</p>	<p>Questionario di valutazione</p> <p>Diapositive 55-56 della PPT M1</p>
<p><b>Durata del modulo</b></p>		<p>5 ore</p>		
<p><b>Materiale formativo per l'apprendimento in presenza</b></p>	<p>Dispensa stampata.</p>			
<p><b>Fonti</b></p>	<p>Le seguenti fonti sono in lingua inglese.</p> <p>Bailey, J. (2005). Violazione del copyright, plagio e fair use. Tratto da:</p>			

<https://www.plagiarismtoday.com/2005/10/06/copyright-infringement-plagiarism-and-fair-use/#:~:text=Plagiarism%20is%20defined%20as%20%E2%80%9Cthe,it%20is%20the%20final%20part.&text=Plagiarizing%20works%20in%20the%20public,is%20not%20considered%20copyright%20infringement.>

Bbamantra (2019). Media: tipi di supporti, caratteristiche, vantaggi e svantaggi. Tratto da: <https://bbamantra.com/media-types-characteristics/>

T. Grennan (2018). 17 cose che devi sapere sul GDPR. Tratto da: <https://www.braze.com/perspectives/article/gdpr-compliance-need-to-know>

Consulenza Intersoft (2020). Art. 5 GDPR, Principi relativi al trattamento dei dati personali. Tratto da: <https://gdpr-info.eu/art-5-gdpr/>

i-SCOOP (2019). Diritti dell'interessato e informazioni personali: diritti dell'interessato ai sensi del GDPR. Tratto da: <https://www.i-scoop.eu/gdpr/data-subject-rights-gdpr/>

M. Kirschenbaum (2020). La guida definitiva per citare qualsiasi cosa in stile Chicago. Tratto da: <https://www.citationmachine.net/chicago>

Wendy (2019). Quali sono i diversi tipi di supporti? Tratto da: <https://whatagraph.com/blog/articles/different-types-of-media>

LibApps (2020). Stili di citazione: MLA 8a edizione. Tratto da: <https://pitt.libguides.com/citationhelp/mla8thedition>

Mendeley Ltd. (2019). Guida alla citazione in formato APA. Tratto da: <https://www.mendeley.com/guides/apa-citation-guide>

Mendeley Ltd. (2019). Guida alle citazioni MLA 8. Tratto da: <https://www.mendeley.com/guides/mla-citation-guide>

Peters, A. (2018). Guida alle citazioni. Tratto da: <https://guides.lib.umich.edu/c.php?g=282964&p=1885440>

Ross (2019). Il GDPR si applica a te? Tratto da: <https://www.rossgsaunders.com/2019/06/does-gdpr-apply-to-you/>

SIP (2019). Cosa può essere protetto? Tratto da: <https://www.prv.se/en/copyright/what-may-be-protected/>

Università di Pittsburgh (2020). Stili di citazione: APA, MLA, Chicago, Turabian, IEEE: Home. Tratto da: <https://pitt.libguides.com/citationhelp>

Wiles (2017). Come scegliere il canale di comunicazione giusto. Tratto da: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/corporate-communications-four-steps-to-choosing-the-right-communication-channel/>

Wipo (2019). Che cos'è la proprietà intellettuale? Tratto da:  
[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/450/wipo\\_pub\\_450.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf)

Legno, M. A. (2020). Copyright spiegato per gli studenti: non farti prendere. Tratto da:

<https://www.whoishostingthis.com/resources/student-copyright/>

## Dispensa delle attività – AH 1.1

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1 - Nozioni fondamentali per la produzione e distribuzione di media di comunità efficaci</b>		
<b>Titolo dell'attività</b>	Abbinare i termini riguardo la proprietà intellettuale	<b>Numero dell'attività</b>	AH 1.1
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p><b>Abbina la definizione al termine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Una legge che concede agli autori e ai creatori di opere originali il privilegio esclusivo di riprodurre, distribuire, eseguire, mostrare o vendere le loro opere. <span style="float: right;">Copyright</span></li> <li>• L'uso limitato di opere protette da copyright, senza l'autorizzazione del proprietario, è consentito per critiche e commenti, parodie, notizie, ricerche e istruzioni in classe. <span style="float: right;">Proprietà intellettuale</span></li> <li>• Opera creativa originale, in una forma tangibile, che può essere legalmente protetta da brevetto, marchio o copyright. <span style="float: right;">Brevetto</span></li> <li>• Un disegno utilizzato da un'organizzazione su carta intestata, materiale pubblicitario e cartelli come emblema con cui l'organizzazione può essere facilmente riconosciuta. <span style="float: right;">Documentazione</span></li> <li>• Documento legale concesso dal governo, che conferisce a un inventore il diritto esclusivo di produrre, utilizzare e vendere un'invenzione per un determinato numero di anni. <span style="float: right;">Plagio</span></li> <li>• Un simbolo, come una parola, un numero, un'immagine o un disegno, utilizzato da produttori o commercianti per identificare i propri prodotti e distinguerli dagli altri. <span style="float: right;">Uso appropriato</span></li> <li>• L'uso delle tue parole per raccontare quello che hai letto, sentito o visto. <span style="float: right;">Parafrasi</span></li> <li>• Prendere e utilizzare i pensieri, gli scritti, le invenzioni o le opere creative di un'altra persona e usarli come propri. <span style="float: right;">Dominio pubblico</span></li> <li>• Citazione di fonti utilizzate durante la ricerca, solitamente sotto forma di bibliografia. <span style="float: right;">Marchio</span></li> <li>• Opere che non sono protette da copyright e che possono essere utilizzate senza autorizzazione.</li> </ul>		



## Dispensa delle attività – AH 1.2

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1 - Nozioni fondamentali per la produzione e distribuzione di media di comunità efficaci</b>		
<b>Titolo dell'attività</b>	Capire le questioni di copyright	<b>Numero dell'attività</b>	AH 1.2
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Fai un brainstorming per trovare la soluzione ai seguenti scenari</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>1. Vuoi scrivere una storia originale su un mago e le sue avventure alla scuola di magia. Sembra che il personaggio sia descritto distintamente come Harry Potter. Stai violando la legge sul copyright? Come potresti condividere questa storia senza violare la legge sul copyright?</p> </div> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>2. Desideri creare una fan fiction utilizzando i personaggi del tuo film preferito e pubblicare la tua storia su un sito Web in cui altre persone condividono le loro fan fiction. Le fan fiction possono essere distribuite pubblicamente e gli scrittori di fan fiction possono trarne profitto? Considera che tipo di autorizzazione di copyright è richiesta.</p> </div> <div style="border: 1px solid black; height: 80px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>3. Vuoi guardare il tuo film preferito in streaming online. È consentito guardare e ascoltare le opere coperte da copyright online? Considera che tipo di autorizzazione di copyright è richiesta.</p> </div>		

## Dispensa delle attività – AH 1.3

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1 - Nozioni fondamentali per la produzione e distribuzione di media di comunità efficaci</b>		
<b>Titolo dell'attività</b>	Trattamento dei dati personali	<b>Numero dell'attività</b>	AH 1.3
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Fai un brainstorming per trovare la soluzione ai seguenti scenari:</p> <p><b>Scenario 1</b></p> <p>Hai un video di alcuni soggetti intervistati, dai quali hai raccolto il consenso lo scorso anno. Hanno dato il consenso all'uso del video per un evento specifico. Ora vorresti usarlo per creare un video promozionale. Puoi usarlo per questo? Oppure hai bisogno nuovamente del loro consenso?</p> <p><b>Scenario 2</b></p> <p>Hai il consenso di un gruppo di partecipanti intervistati in video. In un momento di silenzio riesci a sentire in sottofondo la voce di un altro partecipante di cui non hai il consenso. È un problema? Puoi usare questo video?</p> <p><b>Scenario 3</b></p> <p>Possiedi una bella foto di gruppo di alcuni membri dello staff della tua organizzazione durante un evento di formazione. Hai raccolto il permesso da tutti loro in quel momento preciso per utilizzare l'immagine su un volantino e in una newsletter. Poi hai ricevuto la richiesta da uno dei partecipanti di non utilizzare più alcuna sua immagine. Puoi continuare a usare questa immagine?</p> <p><b>Scenario 4</b></p> <p>In qualità di leader, stai cercando di assicurarti di non avere dati che non stai utilizzando attivamente e di voler distruggere in modo sicuro tutti i dati non necessari. Sei anche preoccupato per la distruzione dei dati necessari o per la distruzione dei registri. Vuoi tenere un registro dei primi incontri che hai avuto e alcune foto degli anni, per le quali non hai il permesso. Non puoi nemmeno ricordare chi fossero tutti i partecipanti, quindi non puoi contattarli per chiedere il loro consenso. Cosa puoi mantenere per ciò che riguarda la conservazione delle vecchie informazioni sulla riunione? Cosa dovresti tenere?</p>		

Scenario 5

Appartieni a diversi gruppi Facebook non ufficiali per le guide dove chatti e condividi con i membri e con altri partecipanti i dettagli su eventi e su offerte vantaggiose relative al mondo delle guide. Utilizzi WhatsApp anche con altri capofila per discutere delle attività di guida.

È corretto continuare ad utilizzare queste piattaforme social in questo modo? Se sì, perché? E di cosa dovresti essere a conoscenza? In caso contrario, perché?

Scenario 6

Ad ogni riunione o evento viene chiesto ai partecipanti di accedere con il proprio nome, il numero di iscrizione e l'indirizzo e-mail. Questo elenco non include alcuna informazione sul consenso ed è conservato dal comitato per l'analisi statistica.

Va bene avere questo elenco di indirizzi e-mail? Se sì, perché e di cosa dovresti essere a conoscenza? In caso contrario, perché no?

## Introduzione al Modulo 2

I progressi tecnologici e soprattutto l'espansione delle tecnologie digitali, con la diffusione di Internet, hanno portato a una "democratizzazione dell'informazione". Oggi le persone possono accedere facilmente e senza sforzo alle informazioni attingendo da un'abbondanza di fonti da tutto il mondo, possono condividere le proprie opinioni, esperienze e pensieri e coinvolgere gli altri senza limitazioni geografiche.

Internet e gli smartphone hanno sconvolto la realtà precedente, quella in cui i cittadini per fruire delle informazioni si affidavano ai media tradizionali (TV, Radio e giornali). Questi limitavano la fornitura di informazioni e in qualche modo circoscrivevano i punti di vista presentati così come anche l'accesso alla sfera pubblica. Oggi ogni persona può navigare attraverso diversi siti Web per ricevere informazioni e punti di vista sugli sviluppi e i temi di interesse, può creare il proprio sito Web o blog per condividere le proprie opinioni oppure può pubblicare e discutere con altri utenti tramite i social media.

Questo sviluppo è stato accolto con grande entusiasmo e speranza. Molti analisti hanno percepito questa evoluzione come l'alba di una grande epoca, un'epoca in cui gli individui possano arrivare ad essere più informati e il discorso pubblico beneficerà in modo esponenziale grazie alla partecipazione attiva di tutti i cittadini e grazie alla presenza di tutti i punti di vista possibili. Tuttavia questo ottimismo è stato presto infranto, poiché la sfera digitale ha offerto anche un terreno fertile per la condivisione di materiale minaccioso e spesso pieno di odio, insieme alla diffusione spesso incontrollata e deliberata di informazioni false.

Di conseguenza è di massima importanza che ogni forma di media introduca e metta presto in atto procedure di moderazione dei contenuti, per garantire che questi possano essere presentati o ospitati senza recare alcun tipo di danno. Sono quindi necessarie misure concrete per garantire che contenuti potenzialmente dannosi come ad esempio materiale pedopornografico, contenuti violenti ed estremi, incitamento all'odio, contenuti espliciti, contenuti sessuali, materiale poco sensibile e spam vengano necessariamente bloccati. (Ofcom: 2019). A tal fine il presente modulo desidera introdurre specifici modelli di moderazione dei media con risorse, nel tentativo di supportare gli studenti interessati a sviluppare i media comunitari per portare avanti efficacemente tali processi nel loro funzionamento.

## Obiettivi formativi

Servendosi della formazione offerta e del materiale di apprendimento autogestito del modulo, gli studenti:

- Acquisiranno familiarità con i diversi tipi di moderazione e con i loro vantaggi
- Otterranno nozioni fondamentali su diversi strumenti tecnici
- Saranno in grado di riconoscere le caratteristiche dei contenuti social intenzionalmente negativi e provocatori
- Scopriranno come creare una "blacklist" e come applicare dei filtri di post pubblicazione
- Impareranno a conoscere le pratiche utilizzate dai fornitori di servizi social per riconoscere anomalie nella diffusione

## Nozioni fondamentali sui concetti chiave da presentare

### Definizione di “Moderazione dei contenuti”

Il Cambridge Dictionary definisce “moderazione” come la qualità del fare qualcosa entro limiti ragionevoli. Nel contesto dei contenuti mediatici questo principio rimanda alla definizione di regolamenti e limiti per quanto riguarda le informazioni e il materiale da condividere su una piattaforma (che si tratti di un mezzo di comunicazione, di un social media, di un sito web o di un blog) e ad agire al fine di garantire che tali limiti e regolamenti vengano rispettati. In altre parole, si riferisce al monitoraggio del contenuto che verrà caricato e alla possibilità di non consentire o rimuovere qualsiasi contenuto che non sia accettabile, facendo riferimento all'insieme di regole definite su una determinata piattaforma (Grimes-Viort: 2010). “A seconda dei requisiti specifici di ogni sito, la moderazione può essere intrapresa in misura maggiore o minore. Alcuni forum sono orgogliosi della libertà di parola che garantiscono, mentre altri, come i siti di social network, devono trovare un difficile equilibrio tra la facilità d'uso e la protezione dei loro utenti più giovani” (Smith:2019).

La maggior parte dei social media e dei mezzi di informazione (digitali o tradizionali) hanno linee guida di moderazione specifiche, che determinano in una certa misura quale tipo di contenuto può essere diffuso attraverso la loro piattaforma. Rispettando queste regole e impiegando varie tecniche ed approcci di moderazione dei contenuti, monitorano e valutano il materiale condiviso per garantire che tutti i tipi di contenuti offensivi o discutibili (come video porno, immagini esplicite o immagini non adatte a determinate fasce d'età) non vengano pubblicati o, in alcuni casi, vengano addirittura rimossi. (Cogito Tech: 2020).

## Perché la moderazione dei contenuti è così importante?

La moderazione di immagini, di video e dei testi è fondamentale per garantire che il pubblico / gli utenti di un media o di una piattaforma non siano esposti ad eventi discutibili o dannosi (Schomer: 2019). Ospitare o condividere comportamenti inappropriati, dannosi o illegali non solo causerebbe problemi alla piattaforma / ai media, ma potrebbe anche avere gravi implicazioni per il loro pubblico, in particolare per i giovani che utilizzano Internet e prevalentemente i social media per accedere a informazioni e notizie. Pertanto è della massima importanza che i media e le piattaforme in questione siano vigili e che investano nel monitoraggio e nella moderazione dei contenuti che vengono resi disponibili. (puremoderation: 2020).

## Modelli di moderazione dei contenuti

Quando si parla di moderazione dei contenuti ci sono diversi approcci o modelli che una piattaforma può impiegare a seconda dei propri principi, del proprio modus operandi, degli obiettivi e processi di lavoro. Questi modelli in una certa misura non si escludono a vicenda, quindi si potrebbe scegliere di mettere in atto più approcci contemporaneamente. In definitiva l'approccio adottato dovrebbe essere deciso in base all'obiettivo di salvaguardare il miglior risultato di monitoraggio e di filtraggio possibile, in grado di proteggere il pubblico da contenuti dannosi e sconcertanti, oltre che a mantenere un certo senso di ordine nel suo funzionamento (Cogito Tech: 2019).

Comprendere i diversi tipi di moderazione dei contenuti, insieme ai loro punti di forza e di debolezza, può aiutare un moderatore / gestore dei media nell'attuare la scelta migliore che meglio si presterà per il suo obiettivo.

Qui di seguito è possibile trovare una breve presentazione dei tipi di approcci di moderazione dei contenuti:

### **Pre-Moderazione**

Come suggerisce il nome, il modello di pre-moderazione prevede l'impostazione di un processo in cui tutto il contenuto richiede l'approvazione prima di essere pubblicato. In pratica, qualsiasi contenuto inviato ad una piattaforma viene messo in coda per essere esaminato e approvato da un moderatore prima che diventi visibile agli utenti-pubblico. La pre-moderazione (nelle mani di un buon moderatore) aiuta a garantire che qualsiasi contenuto potenzialmente dannoso, inappropriato o non conforme alle regole di un sito / piattaforma non venga incluso nelle sue sezioni pubblicamente visibili. In questo modo viene affidato maggiore senso di responsabilità al manager-moderatore.

Tuttavia presenta però alcuni svantaggi, può ad esempio causare lamentele da parte dell'individuo che invia il contenuto oppure può portare a dei ritardi nel caricamento, questo comporterebbe un

effetto negativo sui contenuti che sono di natura colloquiale e quindi sensibili alla tempistica. Inoltre è un processo che comporta un costo elevato: quando una piattaforma cresce esponenzialmente e gli invii superano la soglia di contenuti generati dagli utenti, i moderatori trovano difficoltà nel gestire a meglio la piattaforma. (Grimes-Viort: 2010).

### **Post-moderazione**

Questo approccio consente la pubblicazione di contenuto / materiale su una piattaforma senza alcuna revisione iniziale; in seguito, il moderatore può valutarlo e, se necessario, rimuoverlo. Il vantaggio di questo tipo di moderazione è che riduce al minimo i ritardi e consente un funzionamento più veloce su una piattaforma. "Quando interagiscono sul Web le persone si aspettano il massimo livello di immediatezza ed è proprio questo che permette la post- moderazione, oltre a consentire ai moderatori di garantire che i problemi di sicurezza, comportamentali e legali possano essere identificati e risolti in modo tempestivo " (Grimes-Viort: 2010).

Tuttavia questo tipo di moderazione non può certo impedire del tutto che gli utenti continuino ad imbattersi in contenuti dannosi o inappropriati. Questo tipo di moderazione rappresenta un processo che diviene molto più costoso nel momento la visibilità e la portata di una piattaforma crescono in maniera esponenziale.

### **Moderazione reattiva**

La Moderazione reattiva è un approccio che si basa sulla reazione degli utenti che sono invitati a segnalare il contenuto quando lo ritengono inappropriato. Viene perciò attivata una procedura di segnalazione che offre agli utenti l'opportunità di informare l'amministratore o il moderatore e di chiedere che tali contenuti vengano rivisti e rimossi. La moderazione reattiva viene ampiamente utilizzata nei social media, dove gli utenti possono contribuire attivamente alla moderazione del contenuto. Viene infatti definita come una moderazione gestita dagli stessi utenti, i quali hanno in merito non poco potere e responsabilità. (Cogito Tech: 2019).

Il vantaggio principale di questo metodo di moderazione è che può aumentare e perfezionarsi man mano che aumenta la visibilità di una piattaforma; permettendone il sottrarsi alla responsabilità per contenuti inappropriati caricati da alcuni utenti, nella misura in cui questi contenuti rispondono alle richieste di revisione e rimozione. Come possiamo però notare il rischio consiste proprio in questo, l'eccessivo affidamento agli utenti può essere controproducente. (Grimes-Viort: 2010).

### **Moderazione ripartita**

Si tratta di un metodo di moderazione dei contenuti generati dagli utenti che si basa su un sistema di valutazione che gli stessi membri della comunità utilizzano per decretare se i contributi sono in linea

con le aspettative della comunità o se rientrano nei termini di utilizzo. Si contribuisce così, con il supporto di moderatori impegnati ed esperti, al controllo dei commenti o dei post nei forum. È importante tenere in considerazione che questo approccio si basa sulla capacità e sulla volontà della comunità online di auto-moderarsi. (Grimes-Viort: 2010).

### **Moderazione automatica**

Oltre a tutti i suddetti sistemi di moderazione gestiti dall'uomo, esiste la Moderazione automatica che è un'arma preziosa nell'arsenale del moderatore. Essa comporta l'introduzione e l'utilizzo di strumenti tecnici e di processi di filtraggio automatizzati che controllano e riesaminano i contenuti e le comunicazioni. Il tipico strumento utilizzato nella Moderazione automatica è il filtro delle parole, che esamina un testo per cercare le parole vietate che sono state precedentemente definite e le sostituisce, oppure blocca completamente il testo. Strumenti simili esistono anche per la moderazione di immagini e video che contrassegnano i suddetti contenuti multimediali con legende o didascalie di inapproprietezza. (Grimes-Viort: 2010).

### **Nessuna moderazione**

Infine, una piattaforma può anche scegliere di non disporre di alcuna forma di moderazione o di monitoraggio dei contenuti. Ciò è sconsigliato in quanto la mancanza di moderazione significa che il proprietario(i)/ gestore(i) di una piattaforma non ha alcun controllo sui contenuti che potrebbero esservi caricati, generando così seri problemi al sito il quale, sicuramente, diventerebbe un host di opinioni e materiali inappropriati, minacciosi o illegali.

È importante fare anche un'altra distinzione per quanto riguarda la moderazione dei contenuti: La "moderazione umana o manuale" e quella "automatizzata". Nel primo caso si parla di un processo in cui gli esseri umani sono responsabili della supervisione e del monitoraggio del contenuto di una piattaforma, mentre nel secondo è previsto un processo in cui il contenuto inviato verrà accettato o rifiutato / rimosso automaticamente (puremoderation:2020).

### **Creazione di blacklist e applicazione di filtri di pubblicazione**

Il filtraggio è un processo che comporta il rilevamento e il blocco / rimozione di contenuti ritenuti inappropriati. I filtri possono essere gestiti dai moderatori di una piattaforma o di un account di social media e possono essere colti come un insieme di regole a cui il contenuto deve adeguarsi per essere pubblicato o per rimanere visibile su una piattaforma (Consiglio d'Europa: 2017). A tal fine, spesso, vengono sviluppate delle "blacklist" (di parole, termini, forme di contenuto oppure account e siti di origine) a cui viene impedito di pubblicare, condividere o commentare sulla piattaforma o sull'account.



In altre parole, i moderatori di contenuti possono compilare un archivio di parole o termini che non sono consentiti sulla loro piattaforma, nonché un elenco di siti Web, account e-mail o utenti ai quali deve essere impedito di pubblicare o condividere sulla piattaforma. Questo è un processo che può essere supportato da strumenti e da plug-in che possono svolgere questo lavoro automaticamente, supportando i moderatori nell'intraprendere abilmente questo compito, permettendo loro non solo di mantenere gli standard desiderati sulle loro piattaforme o account ma anche di aggiornare regolarmente la loro blacklist / lista di blocco potendovi aggiungere o rimuovere continuamente termini, account, fonti di contenuti ecc.

### Strumenti tecnici per la moderazione dei contenuti

La crescente necessità di moderare i contenuti condivisi attraverso piattaforme online ha portato allo sviluppo di un'ampia gamma di strumenti e piattaforme per supportare questo processo moderatori-amministratori. Nel range di questi strumenti si va dai processi di filtraggio guidati dall'intelligenza artificiale fino ai semplici plug-in per aiutare i moderatori-amministratori a mantenere un certo controllo e una certa supervisione.

#### Una selezione di strumenti che possono essere utilizzati per la moderazione dei contenuti

##### ➤ **Strumenti di moderazione dei commenti per i blogger**

###### ▪ Disqus

Disqus è uno strumento che può essere facilmente installato in un blog tramite un codice drop-in oppure plug-in e consente agli Amministratori di rivedere e moderare i commenti sugli articoli tramite un'unica dashboard. La dashboard permette loro anche di creare, tra le altre cose, elenchi di utenti vietati, filtri di parole e controlli antispam.

###### ▪ Facebook Comments

I blog possono utilizzare il plug-in Commenti di Facebook che permette agli utenti del blog di collegare i loro commenti ai loro profili Facebook, senza doversi registrare e accedere a detto blog. Questo strumento consente ai moderatori di organizzare i commenti in base al momento in cui vengono pubblicati o in base al loro impiego. Cosa ancora più importante: viene data loro non solo la possibilità di moderare i commenti tramite l'app Facebook o tramite un browser, ma anche poter applicare azioni collettive ai commenti. I moderatori possono decidere se nascondere o meno i commenti contrassegnati da Facebook o da altri utenti (ad esempio perché offensivi o blasfemi).

Infine, se la moderazione di un sito / blog viene intrapresa da un gruppo, i moderatori possono anche assegnare commenti specifici a diversi membri del team

- IntenseDebate

IntenseDebate è uno strumento che può essere sincronizzato in una molteplice varietà di piattaforme di siti Web come ad esempio WordPress, Tumblr o Blogger. Consente ai moderatori di rivedere e rispondere ai commenti tramite e-mail, nonché di suddividere il compito di moderazione all'interno di un team di amministratori. Cosa ancora più importante: le sue funzionalità permettono ai moderatori di filtrare, cercare e/o eliminare automaticamente i commenti in base a parole chiave, indirizzo IP o indirizzo e-mail e, se necessario, consentono ai moderatori di bandire gli utenti.

- Livefyre

Livefyre offre una varietà di impostazioni personalizzabili che aiutano a condurre automaticamente il processo di moderazione. I moderatori hanno la possibilità di rivedere i commenti prima che vengano pubblicati, consentendo agli utenti di modificarli avendo quindi la possibilità di creare elenchi di interdizione che impediscono a specifici utenti di commentare. Possono inoltre impostare regole per i commenti, in modo che se, ad esempio, un numero di utenti contrassegna un contenuto, questo viene automaticamente eliminato. Lo stesso discorso per il filtro “volgarità della rete”.

(Gotter: 2016)

- **Strumenti per affrontare gli abusi sui social media**

In una ricerca condotta da [International Press Institute](#), per la moderazione/gestione di messaggi offensivi tramite i social media vengono proposte le seguenti tecniche/strumenti:

## Twitter

- Muting

Quando si riceve un abuso online tramite Twitter, è consigliabile che i moderatori disattivino l'audio invece di bloccare gli account in questione. Questo approccio mitiga l'impatto dell'abuso, poiché l'account preso di mira non riceve più notifiche dall'account disattivato. Inoltre impedisce ogni possibile contraccolpo che un blocco utente potrebbe creare. Allo stesso tempo, consente ai moderatori di mantenere l'accesso al contenuto dell'account disattivato e di rimanere consapevoli di eventuali commenti e opinioni minacciosi espressi contro di esso.

- Bloccare

Il blocco è visto come la soluzione estrema contro quegli account che inviano spam o contenuti offensivi in modo persistente. Bloccare un utente può suscitare reazioni da parte sua o dei suoi coetanei, quindi è meglio evitare.

- Segnalare

I moderatori generalmente segnalano a Twitter quei tweet o quegli account che diffondono minacce potenzialmente credibili e imminenti, oppure che contengono immagini violente.

## Facebook

- Elimina un commento

Facebook offre agli amministratori della pagina la possibilità di eliminare un commento che si potrebbe percepire come offensivo, minaccioso o dispregiativo.

- Nascondere un commento con contenuto offensivo

I moderatori possono semplicemente scegliere di nascondere un commento offensivo in un post. Tuttavia, questo è considerato meno efficace rispetto all'eliminazione, perché ciò significa che il commento in questione rimane visibile all'utente e ai suoi amici.

- Escludere (bannare) un utente dalla Pagina

Se un utente pubblica ripetutamente commenti che violano gli standard di una pagina, minando i valori di una sana discussione, allora si consiglia di escluderlo (bannarlo).

- Disabilitare / disattivare i commenti

Questa è una funzionalità disponibile solo sui post video ed è un approccio che i moderatori scelgono quando ritengono di non avere la capacità di monitorare con successo il flusso di commenti su un video o un live streaming.

- Blocca parole

I moderatori possono sfruttare il potere del filtro “volgarità” della loro pagina vietando parole specifiche e assicurando così che tutti i commenti che includono dette parole non vengano pubblicati nella loro pagina.

- Segnalazione

Se un moderatore ritiene che un commento / post violi gli standard di Facebook, può segnalare l'utente o la pagina che lo ha creato.

- **Piattaforme con/Strumenti di moderazione automatica dei contenuti**

- Akismet

Akismet è un plug-in che funziona meglio nelle piattaforme basate su WordPress e si concentra principalmente sul blocco dello spam. Può anche essere utilizzato come strumento di scansione per monitorare post e pagine, nonché per controllare i commenti e per garantire che un qualsiasi contenuto dannoso non appaia su un sito. È importante notare che questo plugin è sia facile da usare che gratuito.

Per ulteriori info: <https://akismet.com/>

- Utopia AI Moderator

Utopia AI Moderator è uno strumento di moderazione completamente automatizzato, progettato specificamente per monitorare e sradicare contenuti offensivi, fraudolenti e spam. Lo strumento modera il 100% dei contenuti in arrivo e rimane aggiornato, apprendendo mentre funziona ed anche attraverso l'esame delle decisioni che i moderatori definito in passato. Consente agli amministratori di definire la loro politica di moderazione, che esso segue automaticamente; può gestire i contenuti in più lingue, elaborare collegamenti e indirizzi. Utopia AI Moderator è anche in grado di comprendere il contesto di un contenuto sottoposto a valutazione, indipendentemente dal gergo e dall'ortografia, mentre offre la moderazione automatica di video e di immagini.

Per ulteriori info: <https://utopiaanalytics.com/utopia-ai-moderator/>

- Implio

Implio è uno strumento che può essere utilizzato supportando contenuti automatizzati e manuali, nonché la moderazione dei commenti. Offre un'interfaccia di moderazione manuale per controllare il processo e consente agli utenti di impostare i propri filtri personalizzati per individuare e rimuovere facilmente contenuti indesiderati con schemi prevedibili. Consente inoltre di impostare una vasta gamma di regole di automazione per semplificare l'intero processo.

Per ulteriori info: <https://besedo.com/implio-features/>

- PicPurify

PicPurify è un'API (Application Programming Interface) di moderazione delle immagini in tempo reale, progettata per rilevare e filtrare automaticamente le immagini con contenuti indesiderati. È in grado

di identificare elementi dannosi rinvenuti nelle immagini come nudità, droghe, odio e di garantire che non compaiano su una determinata piattaforma. I moderatori sono in grado di creare un approccio su misura, che si adatti alle loro esigenze e prospettive, e gli strumenti funzionano 24 ore su 24 per garantire che i requisiti stabiliti siano soddisfacenti.

Per ulteriori info: <https://www.picpurify.com/>

- WebPurify's Automated Intelligent Moderation

Il servizio WebPurify's Automated Intelligent Moderation (AIM) offre una protezione 24 ore su 24 dai rischi associati alle immagini generate dagli utenti, rilevando e rimuovendo in tempo reale nudità e altri contenuti inappropriati. Gli strumenti possono rilevare immagini contenenti quindi nudità, alcol, droghe, gesti offensivi, simboli e testi di odio, per garantire che il contenuto in una piattaforma sia "al sicuro" da tali elementi offensivi o fraudolenti. Offre inoltre modelli di moderazione personalizzati e adattabili che possono soddisfare al meglio le esigenze di ciascuna piattaforma.

Per ulteriori info: <https://www.webpurify.com/photo-moderation/automated/>

- Azure Content Moderator

Azure Content Moderator è un servizio cognitivo che monitora le diverse forme di contenuti come testo, immagini e video, controllando e applicando etichette (flag) appropriate per quel materiale che potrebbe essere offensivo, rischioso o altrimenti indesiderabile. Il servizio include anche lo strumento di revisione basato sul Web, che ospita le varie revisioni dei contenuti in modo tale che i moderatori possano elaborarle. Combinando il lavoro del servizio con i team di revisione non automatizzata, i moderatori della piattaforma possono trovare il giusto equilibrio tra efficienza e precisione. Lo strumento Review fornisce anche un front-end intuitivo per le diverse risorse di Content Moderator.

Per ulteriori info: <https://docs.microsoft.com/en-in/azure/cognitive-services/content-moderator/overview>

## Approcci alla moderazione dei contenuti sulle piattaforme di social media

<https://www.socialmediatoday.com/news/9-of-the-biggest-social-media-monitoring-mistakes-and-how-to-avoid-them/544145/>

Le piattaforme social sono diventate le più importanti fonti di contenuti e informazioni. Una grande percentuale di utenti di Internet si affida ai social media per accedere a informazioni, notizie e punti di vista, nonché per interagire con i propri coetanei. Mentre questo fatto ha portato ad una rivoluzione nel modo in cui le notizie e le informazioni vengono fruite, condivise e ordinate, le piattaforme social hanno anche fornito un vuoto per la diffusione di disinformazione, di odio, del cyberbullismo e di contenuti dannosi.

Di conseguenza, c'è stata una crescente richiesta per quanto riguarda le piattaforme social affinché intraprendessero azioni contro tali forme di contenuto, portandole infine ad adottare misure per il monitoraggio e la moderazione dei contenuti. A tal fine le piattaforme social hanno sviluppato degli standard comunitari con lo scopo di stabilire ciò che può ledere o non ledere la privacy e sensibilità di una persona, insomma ciò che è accettabile e ciò che non lo è, e stanno impiegando elaborate strategie di moderazione dei contenuti che coinvolgono sia moderatori umani che sistemi automatizzati per garantire che i loro utenti vengano protetti il più possibile da contenuti blasfemi e da abusi.

Per ulteriori informazioni sugli standard della comunità di ciascuna piattaforma, vedere qui di seguito:

### Facebook

<https://www.facebook.com/communitystandards/>

\* È importante notare che Facebook ha lanciato un programma di verifica dei fatti in collaborazione con verificatori di fatti di terze parti. Puoi saperne di più tramite il seguente link:

<https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking>

### Instagram

<https://help.instagram.com/477434105621119>

\* Instagram ha introdotto un filtro dei commenti basato su Intelligenza artificiale migliorata per monitorare e rimuovere i commenti offensivi. Per maggiori info:

<https://www.theverge.com/2017/6/29/15892802/instagram-ai-offensive-comment-filter-launches>

### Twitter

<https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-rules>

<https://www.scmp.com/tech/apps-social/article/3075874/twitter-expands-content-moderation-rules-include-more-forms>

<https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/04/16/twitter-executive-heres-how-were-trying-to-stop-abuse-while-preserving-free-speech/>

### YouTube

<https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>

### Reddit

<https://www.redditinc.com/policies/content-policy>

## Piano di lezione: Modulo 2 – Modelli di moderazione dei media

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modelli di moderazione dei contenuti e applicabilità</b>
<b>Gruppo di destinatari</b>	I membri dei gruppi d'azione locale che fungeranno da Team di gestione dei Centri Media di Comunità per il progetto Wires-Crossed.
<b>Scopo del modulo</b>	Presentare ed esaminare la necessità di moderazione dei contenuti nei media e nelle operazioni sui social media, esplorare i diversi modelli di funzionamento dei contenuti e gli strumenti che possono essere utilizzati a questo scopo. Agli studenti, inoltre, verrà fornita una base per perseguire un'idea delle questioni in esame e per esaminare come la moderazione dei contenuti venga effettuata dalla piattaforma dei social media, le nozioni che devono essere prese in considerazione e fino a che punto questo processo ha delle lacune o carenze.
<b>Risultati dell'apprendimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Acquisire familiarità con i diversi tipi di moderazione e con i loro vantaggi</li> <li>- Ottenere una conoscenza di base sui vari strumenti tecnici utilizzati per la moderazione dei contenuti</li> <li>- Essere in grado di riconoscere le caratteristiche dei contenuti social qualora essi siano intenzionalmente negativi e provocatori</li> <li>- Scoprire come creare una "blacklist" e come applicare filtri di post pubblicazione</li> <li>- Apprendere le pratiche utilizzate dai fornitori dei servizi di social media per identificare le anomalie nella diffusione</li> </ul>
<b>Durata</b>	10 ore
<b>Argomenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Moderazione dei contenuti</li> <li>○ Modelli di moderazione</li> <li>○ Strumenti tecnici per la moderazione</li> <li>○ Le caratteristiche dei contenuti social intenzionalmente provocatori e negativi</li> <li>○ Applicazione di filtri di post pubblicazione</li> <li>○ Pratiche in uso sulle piattaforme di social media per la moderazione dei contenuti</li> </ul>
<b>Allestimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trova una stanza con sedie e tavoli, computer, proiettore. Prenota almeno 2 mesi prima dell'inizio del workshop.</li> <li>▪ Sviluppa un'agenda strutturata per il workshop e il materiale informativo di cui avrete bisogno per la sua realizzazione insieme a tutti i compiti che comporterà</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Per le attività del seminario trova istruttori tra le persone che non conosci</li> <li>▪ Informa i partecipanti sullo scopo del workshop, sui suoi obiettivi e sul programma che andrete a seguire. Bisogna inoltre informare tali partecipanti che non c'è bisogno di alcuna esperienza o conoscenza particolare nelle materie nelle quali riceveranno la formazione.</li> </ul> <p>Organizza il catering per caffè e pause pranzo, oppure fornisci informazioni su dove è possibile trovare cibo e bevande nelle vicinanze.</p>
--	--

### Piano della lezione per l'apprendimento in presenza

Nr.	Argomenti and Sotto-argomenti/Attività formative	Durata (minuti)	Metodi formativi	Materiali/ Attrezzature Richiesti
1	<p><b><u>Calcio d'inizio della 2<sup>a</sup> Giornata del Workshop, dedicata al Modulo 2</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduzione</li> </ul> <p>Il moderatore accoglie i partecipanti al workshop e ripercorre l'ordine del giorno. Dovrebbe quindi avviare l'attività con un dibattito, ovvero chiedendo ai partecipanti di condividere con il gruppo le loro aspettative sul modulo 2 e sul workshop. Successivamente conduce una conversazione su cosa intendano i partecipanti con il termine "moderazione dei contenuti" e perché questo argomento sia importante, sia per quanto riguarda lo scopo del progetto (sviluppo di un media di comunità) che in generale.</p>	15 minuti	Presentazione	Nella stanza dovrebbero esserci delle sedie disposte a semicerchio
2	<p><b><u>Presentazione della teoria: "Introduzione alla moderazione dei contenuti e sua rilevanza"</u></b></p> <p>Dopo aver dato al gruppo l'opportunità di condividere aspettative, pensieri e opinioni riguardo alla moderazione dei contenuti, il moderatore presenta le diapositive 3-12 del PPT 2.1, le quali forniscono una panoramica del contenuto del workshop nonché un'introduzione alla tematica della moderazione dei contenuti e alla sua importanza. Immediatamente dopo il moderatore offre l'opportunità al gruppo di porre delle domande sull'argomento in questione</p>	45 minuti	Presentazione	Proiettore, Laptop PPT 2.1. Nella stanza dovrebbero esserci delle sedie disposte a semicerchio
3	<b>Pausa</b>	15 minuti		



4	<p><b>Attività Nr1: Le minacce che i moderatori devono affrontare</b></p> <p>Il moderatore crea una pagina su Mentimeter (mentimeter.com) e li chiede ai partecipanti di elencare le minacce che credono che i moderatori debbano affrontare, utilizzando l'opzione word cloud.</p> <p>Attraverso i loro telefoni i partecipanti inviano le minacce a cui riescono a pensare.</p> <p>Sulla base delle minacce identificate e presentate dai partecipanti si tiene un dibattito.</p> <p>I partecipanti sono invitati a condividere con tutti gli altri eventuali esempi di tali minacce di cui sono a conoscenza e l'effetto che hanno avuto (ad esempio diffusione di notizie false, diffusione di materiale angosciante ecc.)</p>	15 minuti	Attività di gruppo	<p>Proiettore, Laptop</p> <p>Nella stanza dovrebbero esserci delle sedie disposte a semicerchio</p> <p>Mentimeter</p>
5	<p><b>Pausa</b></p>	15 minuti		
6	<p><b>Teoria - Presentazione: Modelli di moderazione dei contenuti e filtri di pubblicazione</b></p> <p>Il moderatore presenta al gruppo le diapositive da 15 a 26 di PPT 2.1. che mostrano i diversi modelli di moderazione.</p> <p>Dopo la presentazione, il moderatore conduce una discussione dando ai partecipanti l'opportunità di porre domande sui modelli presentati e di condividere con i gruppi le esperienze che possono avere con uno di questi modelli.</p> <p>Di conseguenza, il gruppo discute i pro e i contro di ciascun modello ed esplora il tipo di modello che sarebbe opportuno adottare nei media della comunità che devono sviluppare / gestire.</p>	30 minuti	Presentazione	<p>Proiettore, Portatile</p> <p>PPT 2.1</p> <p>Sedie disposte a semicerchio</p>
7	<p><b>Attività Nr 2: Creazione di una blacklist e impostazione dei filtri di pubblicazione</b></p> <p>Il moderatore introduce i concetti di Blacklist e di Applicazione dei filtri di pubblicazione utilizzando le diapositive 27-29 del PPT 2.1.</p>	30 minuti	Attività di gruppo	<p>Proiettore, Portatile</p> <p>Lavagna a fogli mobili</p> <p>Pennarelli</p> <p>Dispensa delle attività AH 2.1.</p>

	<p>Poi divide i partecipanti in gruppi. Ad ogni gruppo dovrebbe essere assegnato un sito web di cui occuparsi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Un sito Web / piattaforma multimediale della comunità locale che presenta storie e articoli inviati dai residenti locali. Il sito web cerca di agire come un media che offre l'opportunità ai residenti locali di esprimersi e condividere i propri pensieri ed esperienze. Offre anche agli utenti la possibilità di commentare le storie pubblicate.</li> <li>b) Una piattaforma di networking giovanile (forum) che offre agli utenti l'opportunità di discutere questioni di interesse e condividere immagini e video.</li> <li>c) Un blog sportivo che si occupa principalmente del campionato nazionale di calcio. Un blog che ospiti più scrittori, ognuno dei quali si occupa di una delle squadre, nel quale si dia anche ai visitatori l'opportunità di commentare e discutere sotto gli articoli.</li> </ul> <p>Ogni gruppo deve discutere queste storie, identificare ed elencare i problemi che possono sorgere sui contenuti che dovranno essere moderati, impostare le regole in base alle quali verrà improntata l'automazione del filtraggio, identificare le categorie dei termini che dovranno essere esclusi e il perché.</p> <p>Ogni gruppo presenterà quindi il suo esempio e il suo approccio. Consecutivamente, i partecipanti presenteranno eventuali suggerimenti sui filtri che potrebbero dover introdurre sulla loro piattaforma multimediale.</p>			
8	<b>Pausa</b>	15 minuti		
9	<b>Riepilogo del giorno</b> Il gruppo discute le questioni trattate nel primo giorno e crea un dibattito sulle varie ed eventuali domande dei partecipanti. A seguire, il moderatore presenta l'agenda del giorno successivo	15 minuti	Dibattito Valutazione	Sedie disposte a semicerchio
<b>Fine del secondo giorno di workshop</b>				

<p><b>10</b></p>	<p><b><u>Inizio del 3° giorno del seminario sul modulo 2</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Introduzione - Benvenuto</li> </ul> <p>Il moderatore accoglie nuovamente i partecipanti alla formazione e passa ad analizzare l'agenda dell'incontro.</p> <p>Conduce quindi una dibattito sulle aspettative dei partecipanti al secondo giorno di formazione con tutte le attività che comporta.</p>	<p>30 minuti</p>	<p>Dibattito</p>	<p>Nella stanza dovrebbero esserci delle sedie disposte a semicerchio</p>
<p><b>11</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Teoria - Presentazione:</b> Strumenti di moderazione dei contenuti</li> </ul> <p>Il moderatore presenta al gruppo le diapositive da 30 a 41 che illustrano una selezione di strumenti e di approcci per moderare i contenuti.</p> <p>Mentre li presenta fa riferimento ai loro vantaggi e ai loro difetti.</p> <p>Dopo la presentazione, quindi, il moderatore dà l'opportunità al gruppo di condividere i propri pensieri su ciò che è stato appena presentato e di fare varie ed eventuali domande.</p>	<p>45 minuti</p>	<p>Presentazione &amp; Dibattito</p>	<p>Proiettore, Portatile PPT 2.1. Sedie disposte a semicerchio</p>
<p><b>12</b></p>	<p><b>Pausa</b></p>	<p>15 minuti</p>		
<p><b>13</b></p>	<p><b><u>Attività n. 3: presentazione al gruppo di alcuni esempi di moderazione sui social media</u></b></p> <p>Il moderatore presenta le diapositive da 42 a 44 che illustrano sia la necessità di moderare i contenuti sui social media sia le questioni che devono essere prese in considerazione.</p> <p>Dopo la presentazione i partecipanti saranno divisi in gruppi. A ciascun gruppo verrà assegnato un caso di moderazione dei contenuti affrontato dalle piattaforme social (o di mancata azione di moderazione) per discuterne e da presentare. Il loro compito sarà quello di identificare il problema che le piattaforme social devono affrontare, i suoi effetti, le questioni e le azioni che esse devono prendere in considerazione. Dovrebbero anche presentare una valutazione critica delle azioni che stanno intraprendendo per affrontare questi problemi</p> <p>Le storie su cui delibereranno sono:</p>	<p>60 minuti</p>	<p>Lavoro di gruppo</p>	<p>Lavagna a fogli mobili Pennarelli Penne Dispensa delle attività AH 2.2</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <a href="#">Social media firms fail to act on Covid-19 fake news</a></li> <li>2. <a href="#">YouTube's tougher harassment policy aims to address hate speech, veiled threats and repeat offenders</a></li> <li>3. <a href="#">Twitter adds fact-checking labels to hundreds of tweets despite Trump attacks</a></li> <li>4. <a href="#">Facebook Removes 790 QAnon Groups to Fight Conspiracy Theory</a></li> </ol> <p>Dopo la presentazione il moderatore dovrebbe condurre una discussione sull'argomento, dando ai partecipanti l'opportunità di porre domande e condividere i pensieri sui temi sollevati dai video.</p>			
14	<p><b>Attività Nr 4: Discussione sulle minacce in Internet</b></p> <p>Il moderatore mostra i risultati raccolti il giorno precedente tramite Mentimeter. Chiede quindi ai partecipanti se vogliono aggiungere / rimuovere qualcosa.</p> <p>In seguito divide i partecipanti in coppie e chiede loro di trovare, tramite i loro smartphone o laptop, un esempio di un caso del genere, una "minaccia" tra quelle identificate nel lavoro di gruppo. i partecipanti devono, inoltre, identificare i passaggi che dovrebbe intraprendere un Team di moderazione dei contenuti per affrontare tale minaccia. Ogni coppia presenta il proprio caso e le proprie opinioni al resto dei partecipanti.</p>	30 minuti	Partecipativo / interattivo	<p>Proiettore, Portatile</p> <p>Smartphone/ Tablet</p> <p>Lavagna a fogli mobili</p> <p>Pennarelli</p>
15	<b>Pausa</b>	15 minuti		
16	<p><b>Teoria - Presentazione: moderazione e libertà di parola</b></p> <p>Il video sulla diapositiva 47 viene presentato ai partecipanti i quali potranno così esaminare (in modo divertente e critico) il dibattito sulla moderazione e la libertà di parola. In seguito il moderatore darà la parola ai partecipanti in maniera tale che essi possano condividere e discutere i loro pensieri su questo tema.</p>	30 minuti		
17	<p><b>Attività Nr 5: Dibattito</b></p> <p>I partecipanti vengono divisi in due squadre (una a</p>	40 minuti	Lavoro di gruppo & Dibattito	Lavagne a fogli mobili e pennarelli

	<p>favore della moderazione dei contenuti ed una contraria).</p> <p>Ogni squadra deve esplorare e discutere i punti principali a sostegno del proprio punto di vista, ovvero che la moderazione è necessaria e che la libertà di parola deve essere protetta. Durante questo processo raccolgono un elenco di argomenti ed eleggono un rappresentante che parteciperà poi ad un dibattito uno-a-uno con il rappresentante dell'altro punto di vista.</p> <p>I rappresentanti delle due squadre discutono la questione (moderazione vs libertà di parola) dando a ciascuno 2 opportunità di fare un discorso di 3 minuti per presentare le proprie argomentazioni e poi l'opportunità di porre all'altra persona una domanda.</p>			Tavoli / spazio per discussioni di gruppo
<b>18</b>	<b>Pausa</b>	15 minuti		

<p><b>19</b></p>	<p><b><u>Attività Nr 6: impostare i parametri della moderazione dei contenuti multimediali della comunità</u></b></p> <p>Il moderatore divide il gruppo in gruppi più piccoli e chiede ai partecipanti di sviluppare il piano per l'approccio alla moderazione dei contenuti che andranno a seguire nella gestione dei media di comunità. In tal modo sono tenuti a prendere in considerazione i problemi, gli strumenti e gli aspetti presentati durante il workshop di moderazione dei contenuti.</p> <p>Ogni squadra deve discutere e annotare i propri pensieri su quanto segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Che tipo di piattaforma desiderano utilizzare per i media della loro comunità</li> <li>- Il suo pubblico di destinazione</li> <li>- Potenziali minacce</li> <li>- I principi su cui baseranno il loro approccio di moderazione</li> <li>- Gli strumenti da cui trarranno vantaggio</li> </ul> <p>Poi ogni squadra deve presentare le opinioni annotate.</p> <p>Dopo la presentazione il moderatore annota i problemi comuni condivisi da tutti i partecipanti e conduce una conversazione durante la quale l'intero gruppo identifica un approccio comunemente accettato, in merito alla moderazione dei contenuti, un approccio che si dovrebbe applicare ai propri media di comunità.</p>	<p>40 minuti</p>	<p>Lavoro di gruppo</p> <p>Presentazione</p> <p>Partecipativo / interattivo</p>	<p>Lavagne a fogli mobili e pennarelli</p> <p>Smartphone/ Tablet/Portatile</p> <p>Tavoli / spazio per discussioni di gruppo</p>
<p><b>20</b></p>	<p><b><u>Sessione di valutazione</u></b></p> <p>Il moderatore conduce una discussione sulle questioni trattate durante il corso del seminario raccogliendo anche i feedback e i commenti dei partecipanti, si comprenderà in questo modo in che misura ne hanno beneficiato e se hanno ritenuto che ci fossero problemi che non sono stati adeguatamente affrontati.</p> <p>Distribuirà loro anche i moduli di valutazione da compilare.</p>	<p>25 minuti</p>	<p>Partecipativo / interattivo</p>	<p>Sedie disposte a semicerchio</p>

<b>Durata del modulo</b>	10 ore
<b>Materiale di formazione per l'apprendimento in presenza</b>	Dispensa stampata.
<b>Fonti</b>	<p>Le seguenti fonti sono in lingua inglese.</p> <p>Ana Gotter (2016), 4 Strumenti di moderazione dei commenti per l'esaminatore sociale dei blogger. Tratto da:  <a href="https://www.socialmediaexaminer.com/4-comment-moderation-tools-for-bloggers/">https://www.socialmediaexaminer.com/4-comment-moderation-tools-for-bloggers/</a></p> <p>Besedo (2020), Cos'è la moderazione dei contenuti? Tratto da:  <a href="https://besedo.com/resources/blog/what-is-content-moderation/">https://besedo.com/resources/blog/what-is-content-moderation/</a></p> <p>Biaise Grimes Viort (2010), 6 tipi di moderazione dei contenuti che devi conoscere, di Social Media oggi. Tratto da:  <a href="https://www.socialmediatoday.com/content/6-types-content-moderation-you-need-know-about">https://www.socialmediatoday.com/content/6-types-content-moderation-you-need-know-about</a></p> <p>Cogito Tech (2018), Quali sono i diversi tipi di moderazione dei contenuti che devi sapere? Tratto da:  <a href="https://www.cogitotech.com/blog/what-are-the-different-types-of-content-moderation-you-need-to-know/">https://www.cogitotech.com/blog/what-are-the-different-types-of-content-moderation-you-need-to-know/</a></p> <p>Cogito Tech LLC (2020), Cos'è la moderazione dei contenuti dei social media e come le aziende di moderazione utilizzano varie tecniche per moderare i contenuti? Tratto da:  <a href="https://medium.com/cogitotech/what-is-social-media-content-moderation-and-how-moderation-companies-use-various-techniques-to-a0e38bb81162">https://medium.com/cogitotech/what-is-social-media-content-moderation-and-how-moderation-companies-use-various-techniques-to-a0e38bb81162</a></p> <p>International Press Institute (2019), Strumenti e strategie per i moderatori online per affrontare gli abusi sui social media. Tratto da:  <a href="https://ipi.media/tools-and-strategies-for-online-moderators-to-address-abuse-on-social-media/">https://ipi.media/tools-and-strategies-for-online-moderators-to-address-abuse-on-social-media/</a></p> <p>Ofcom (2019), Uso dell'IA nella moderazione dei contenuti online, di Cambridge Consultants. Tratto da:  <a href="https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0028/157249/cambridge-consultants-ai-content-moderation.pdf">https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0028/157249/cambridge-consultants-ai-content-moderation.pdf</a></p> <p>Open Access (2014), Quali sono i diversi tipi di moderazione dei contenuti? Tratto da:  <a href="https://www.openaccessbpo.com/blog/different-types-content-moderation/">https://www.openaccessbpo.com/blog/different-types-content-moderation/</a></p> <p>Pure Moderation (2020), 7 segreti di moderazione dei contenuti e come proteggere il tuo marchio? Tratto da:  <a href="https://puremoderation.com/content-moderation-protect-your-brand/">https://puremoderation.com/content-moderation-protect-your-brand/</a></p>

## Dispensa delle attività – AH 2.1

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 2– Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>		
<b>Titolo dell'attività</b>	Creazione di una blacklist e impostazione dei filtri di pubblicazione	<b>Numero dell'attività</b>	2
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>I partecipanti vengono divisi in squadre. Ogni team è incaricato di moderare una piattaforma online e deve discutere e decidere sulla blacklist e sui filtri di pubblicazione che utilizzerà:</p> <p><b><u>Piattaforma 1</u></b></p> <p>Un sito web / piattaforma multimediale della comunità locale che presenta storie e articoli inviati dai residenti locali. Il sito web cerca di agire come un mezzo che offre l'opportunità ai residenti locali di esprimersi e condividere i propri pensieri e le proprie esperienze. Dà anche agli utenti la possibilità di commentare le storie pubblicate.</p> <p><b><u>Piattaforma 2</u></b></p> <p>Una piattaforma di networking giovanile (forum) che si occupa di molteplici questioni e affari come sport, musica, relazioni, politica, novità. Attraverso questo forum gli utenti hanno l'opportunità di condividere i propri pensieri, le proprie esperienze e punti di vista, nonché di interagire tra loro discutendo di questi problemi. La piattaforma consente loro di condividere anche collegamenti ad altri siti, oltre ad immagini e a video.</p> <p><b><u>Piattaforma 3</u></b></p> <p>Un blog sportivo che si concentra principalmente sul campionato nazionale di calcio e che ospita più autori. Ciascuno degli autori del blog copre uno dei grandi gruppi di link e ha la sua pagina in cui condivide le sue notizie e le sue opinioni. I visitatori del blog hanno la possibilità di condividere articoli e contenuti del blog tramite i propri account social e hanno anche la possibilità di pubblicare dei commenti in una sezione speciale sotto gli articoli.</p> <p>Ogni team deve discutere queste storie, identificare ed elencare i problemi che possono sorgere riguardo ai contenuti che dovranno essere moderati, impostare regole in base alle quali verrà impostato il filtraggio automatico, identificare le categorie di termini che dovranno essere esclusi, motivando le ragioni di queste scelte.</p> <p>Ogni squadra presenterà il proprio esempio e il proprio approccio. In seguito i partecipanti proporranno eventuali suggerimenti in merito ai filtri che potrebbero dover introdurre sulla loro piattaforma multimediale.</p>		



## Dispensa delle attività – AH 2.2

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 2– Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>		
<b>Titolo dell'attività</b>	Presentazione di gruppo su esempi di moderazione sui social media	<b>Numero dell'attività</b>	3
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>Disponendosi in gruppi si vanno a studiare e a discutere i seguenti casi di azioni (o inazioni) intraprese dalle piattaforme di social media per moderare i contenuti o le potenziali minacce che sorgono attraverso le loro piattaforme. Il vostro compito è quello di identificare i problemi e le potenziali minacce che sono chiamati ad affrontare i moderatori di contenuti, i problemi che devono prendere in considerazione e le potenziali reazioni che le loro azioni possono causare</p> <p><b>Caso 1</b>  <a href="#">Social media firms fail to act on Covid-19 fake news</a></p> <p><b>Caso 2</b>  <a href="#">YouTube's tougher harassment policy aims to address hate speech, veiled threats and repeat offenders</a></p> <p><b>Caso 3</b>  <a href="#">Twitter adds fact-checking labels to hundreds of tweets despite Trump attacks</a></p> <p><b>Caso 4</b>  <a href="#">Facebook Removes 790 QAnon Groups to Fight Conspiracy Theory</a></p> <p>Ogni squadra è invitata a mettere per iscritto i punti principali identificati durante la risoluzione e presentarli al resto del gruppo. Successivamente il moderatore conduce un dibattito sull'argomento e consente ai partecipanti di condividere i loro pensieri dopo aver avuto la possibilità di passare in rassegna tutti i diversi casi. Ci sarà anche la possibilità di condividere pensieri in combinazione con i temi ed i pensieri presentati nel video presentato nello slot precedente.</p>		

## Dispensa delle attività – AH 2.3

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 2– Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>								
<b>Titolo dell'attività</b>	Impostazione dei parametri dei contenuti multimediali della tua comunità	<b>Numero attività</b>	6						
<b>Descrizione dell'attività</b>	<p>In gruppi si pensa e si discute quale approccio alla moderazione dei contenuti andrebbe seguito sui media della comunità di riferimento. Questa è un'eccellente opportunità per esplorare i problemi e gli aspetti presentati durante tutta la durata del seminario e per metterli in prospettiva, tenendo conto delle potenziali esigenze dei media della comunità e delle potenziali sfide della tua area locale.</p> <p>Per favore, rispondete alle seguenti domande:</p> <table border="1" data-bbox="395 954 1423 1975"> <tr> <td data-bbox="395 954 1423 1003">           1. Che tipo di piattaforma utilizzerai per il tuo media di comunità?         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1003 1423 1267">       </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1267 1423 1317">           2. Qual è il tuo pubblico di destinazione?         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1317 1423 1644">         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1644 1423 1711">           3. Che tipo di minacce prevedi di affrontare / devi affrontare?         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="395 1711 1423 1975">         </td> </tr> </table>			1. Che tipo di piattaforma utilizzerai per il tuo media di comunità?	     	2. Qual è il tuo pubblico di destinazione?	       	3. Che tipo di minacce prevedi di affrontare / devi affrontare?	       
1. Che tipo di piattaforma utilizzerai per il tuo media di comunità?									
2. Qual è il tuo pubblico di destinazione?									
3. Che tipo di minacce prevedi di affrontare / devi affrontare?									

	4. I principi su cui baserai il tuo approccio di moderazione
	5. Quali strumenti, tra quelli presentati durante il workshop, prevedi di utilizzare per le tue esigenze di moderazione dei contenuti?

## Manuale delle risorse per l'apprendimento autogestito

### 1.1 Attività di apprendimento autogestito

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1– Nozioni fondamentali sulla produzione e sulla distribuzione di media di comunità efficaci</b>		
<b>Titolo dell'attività</b>	Scrivere news	<b>Durata dell'attività (in minuti)</b>	60-90 minuti
<b>Risultati di apprendimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creare notizie accattivanti sia per il canale dei media tradizionali sia per il canale dei social media</li> <li>• Mettere in pratica le conoscenze teoriche</li> <li>• Mettere in pratica la tecnica di brainstorming delle 5 W-h per sviluppare una notizia</li> <li>• Diventare consapevole dei contenuti</li> <li>• Fare una ricerca</li> </ul>		
<b>Scopo dell'attività</b>	<p>Completando questa attività, imparerai come:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificare gli elementi essenziali di una notizia: chi, cosa, quando, dove, perché e come</li> <li>- Comprendere la struttura a 'piramide capovolta' di una notizia</li> <li>- Identificare le finalità dei diversi canali mediatici</li> <li>- Definire il vocabolario correlato ai diversi canali multimediali</li> <li>- Scoprire i diversi tipi di informazioni trovati in Internet</li> <li>- Determinare il format adatto ai diversi canali multimediali</li> </ul>		
<b>Materiali necessari all'attività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop o PC con un elaboratore di testi</li> <li>• Accesso a Internet</li> <li>• Smartphone oppure registratore video / vocale</li> </ul>		
<b>Istruzioni Step-by-step</b>	<p>Il tuo compito è quello di scrivere due notizie coinvolgenti su un argomento specifico sia per i canali dei media tradizionali che per i canali dei social media a tua scelta.</p> <p>Per completare questa attività, segui questi passaggi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Considera il tuo argomento, scegli un argomento che ti interessa davvero e di cui spesso ti piace parlare, o forse è successo qualcosa di insolito negli ultimi giorni.</li> </ol> <p>* Forse i seguenti criteri potrebbero aiutarti a scegliere una storia degna di nota:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Sequenze temporali</b> - eventi che stanno accadendo in questo momento o notizie che ti interessano in questo momento</li> <li><b>Prossimità</b> - eventi o situazioni che si verificano vicino a te</li> <li><b>Unicità</b> – eventi o situazioni molto insolite</li> <li><b>Impatto</b> – notizie che interesseranno un gran numero di lettori</li> <li><b>Importanza</b> – persone o gruppi di persone famose</li> <li><b>Suspense</b> – eventi, come disastri, di cui non si conosce l'esito</li> <li><b>Conflitto</b> – persone o gruppi che si oppongono a una situazione o altri gruppi di persone</li> <li><b>Emozioni</b> – amore, odio, paura, gelosia, orrore, pietà</li> <li><b>Progresso</b> – progressi nella scienza, nella medicina o nella tecnologia</li> </ul>		

**Importanza** – importante per la tua vita, famiglia, istruzione, salute o benessere

2. Scegli il tipo di media che desideri progettare: carta stampata (giornali, riviste), notizie trasmesse via radio e televisione, oppure Internet (social media, giornali online, blog di notizie, video di notizie, streaming di notizie in diretta, ecc.). Sarà questo il modo in cui trasmetterai il tuo messaggio.
3. Dopo aver deciso i tuoi canali multimediali, decidi anche quale sarà il tuo pubblico. Decidi a chi desideri inviare il messaggio e perché.
4. Prendi una notizia e preparati a scrivere. Elenca ciò che vuoi sapere. Segna quelle domande che pongono le 5 W e le H.: (chi) who, (che cosa) what, (dove) where, (quando) when, (perché/come) why/how.

Di chi parla la storia? .....  
Che cosa è accaduto? .....  
Quando? .....  
Dove? .....  
Perché è importante? .....  
Come funziona? .....

\* È importante notare che questa è una tecnica BRAINSTORMING. Quando rispondi alle suddette domande, non stare troppo a preoccuparti del fatto che le tue idee siano espresse perfettamente o del fatto che siano buone o meno! L'idea che è alla base del brainstorming è OTTENERE LA QUANTITÀ, NON LA QUALITÀ. Una volta che hai molte idee sulla carta (o sullo schermo, a seconda dei casi), puoi tornare indietro e scegliere quelle che sembrano meritare di più.

5. Usa CHI, COSA, DOVE e QUANDO in una frase. Questa sarà la tua frase principale.

.....  
.....  
.....  
.....

\* Ed ecco la frase principale con cinque delle sei risposte incorporate:

Se sei qualcuno che ha bisogno di creare contenuti per entrare in contatto con il tuo pubblico (chi), allora potresti trovare difficile produrre materiale di qualità (perché) su una base coerente (quando). Se questa è la tua situazione, utilizza la tecnica di uno scrittore ben consumato (come) chiamata le "domande del giornalista" o "le 5 W e la H" (cosa) potrebbe essere proprio quello di cui hai bisogno.

6. Successivamente, scrivi uno slogan / un motto accattivante o un titolo per le tue notizie, appropriato al tuo tipo di media e indirizzato al pubblico previsto. Lo slogan / il motto o il titolo potrebbero essere gli stessi del messaggio multimediale, potrebbero essere un'aggiunta o potrebbero essere

	<p>completamente diversi. Ricorda, sono le tue notizie e puoi realizzarle come vuoi! Sii creativo.</p> <p>7. Ricordati di controllare l'ortografia e la grammatica. Mantieni le notizie strutturate e brevi. Prima di finire, assicurati di leggere ad alta voce l'intera notizia.</p> <p>8. Se stai scrivendo una notizia sulla stampa o per giornali online e blog di notizie, crea illustrazioni o individua immagini da abbinare alle tue storie per attirare i lettori. Puoi scaricare immagini gratis da Pixabay, Pexels, Freepik, Gratisography, Freestock o, ad esempio, Unsplash.</p> <p>9. Se stai creando notiziari, video per notiziari o notizie in diretta streaming, registra la tua performance su un registratore vocale o gira un breve video. Per un livello più avanzato, puoi creare il tuo video notiziario semplicemente utilizzando PowerPoint o Video Creator online. Puoi scaricare video gratuiti da Pixabay e Pexels.</p> <p>10. Congratulazioni! Hai appena scritto la tua prima notizia. Successivamente, quando hai finalmente creato due interessanti notizie su un argomento specifico per i canali dei media tradizionali e per il canale social media, puoi pubblicarle sul tuo personale profilo social ed ottenere i feedback di un pubblico. Puoi persino creare un sondaggio per permettere al pubblico di decidere qual è il formato di notizie multimediali che preferisce.</p>
--	--

## 1.2 Attività di apprendimento autogestito

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1– Nozioni fondamentali sulla produzione e sulla distribuzione di media di comunità efficaci</b>		
<b>Titolo dell'attività</b>	Controllo dei fatti	<b>Durata dell'attività (in minuti)</b>	60-90 minuti
<b>Risultati di apprendimento</b>	<i>Basati sul Curriculum Framework</i>		
<b>Scopo dell'attività</b>	In Internet si trovano molte informazioni su vari argomenti che spesso non sono vere. I blogger che diffondono fake news sperano di guadagnare popolarità affrontando un argomento popolare e presentandolo in modo controverso. Spesso lo fanno in modo così efficace che le loro opinioni diventano più popolari rispetto a quelle definite da specialisti del settore, dunque quelli che possono confermarle con la ricerca. Molti utenti non sono in grado di distinguere tra fonti affidabili e inaffidabili. Lo scopo dell'esercizio è quello di far capire come utilizzare le fonti scientifiche e come rendere gli utenti consapevoli di come riconoscere fonti affidabili.		

<p><b>Materiali necessari per l'attività</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop o PC con un word processor (programma di videoscrittura)</li> <li>• Accesso ad Internet</li> </ul>
<p><b>Istruzioni Step-by-step</b></p>	<p>Prova a scrivere un articolo per vedere se le teorie diffuse su Internet sono vere. Ad esempio, attualmente ci sono molte informazioni su Internet sul fatto che il COVID non esista, che si tratti di una cospirazione o che il virus non sia pericoloso per le persone.</p> <p>Puoi citare le opinioni di medici ed epidemiologi per verificare questi dati. Spiega al tuo pubblico in che modo, ad esempio, differiscono dalle informazioni supportate da fonti scientifiche le informazioni non dimostrate che vengono pubblicate dai blogger.</p> <p>L'articolo può assumere la forma della presentazione di opposti punti di vista, ad esempio: " Il coronavirus non esiste ed è una truffa dei governi di tutto il mondo "vs." Il coronavirus esiste ed è una minaccia per la salute pubblica ". Per interessare gli utenti, è possibile raccogliere diverse visualizzazioni e solo alla fine dell'articolo si può decidere quale sia il punto di vista vero, sulla base di fonti affidabili.</p> <p>Aggiungi una bibliografia all'articolo in modo che l'utente che vuole approfondire l'argomento possa raggiungere il materiale che parla di questo argomento in un contesto più ampio.</p> <p>Per creare una bibliografia basata su fonti trovate su Internet, dovresti raccogliere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nomi di autore ed editore (se disponibili)</li> <li>- titolo della pagina (se disponibile)</li> <li>- l'azienda o l'organizzazione che ha pubblicato la pagina web</li> <li>- l'indirizzo Web della pagina (chiamato URL)</li> <li>- l'ultima data in cui hai guardato la pagina</li> </ul>

## Risorse aggiuntive autogestite

### SDLR-1

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1– Nozioni fondamentali sulla produzione e sulla distribuzione di media di comunità efficaci</b>
<b>Argomento</b>	Come abbinare correttamente le notizie prodotte ai canali media corretti per ottenere la migliore risposta.
<b>Titolo della risorsa</b>	Come scegliere i giusti canali di marketing digitale per il tuo messaggio e per il tuo pubblico.
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Questo interessante articolo ti aiuterà ad identificare il modo migliore per trasmettere il tuo messaggio ad ogni persona su ogni canale.
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	L'utilizzo di questa risorsa ti fornirà una conoscenza essenziale su come ottenere la migliore risposta ai tuoi post.
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://blog.metrixia.com/how-to-choose-the-right-digital-marketing-channels-for-your-message-and-audience">https://blog.metrixia.com/how-to-choose-the-right-digital-marketing-channels-for-your-message-and-audience</a>

### SDLR-2

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1– Nozioni fondamentali sulla produzione e sulla distribuzione di media di comunità efficaci</b>
<b>Argomento</b>	Capire cosa sia la Proprietà Intellettuale.
<b>Titolo della risorsa</b>	Capire la Proprietà Intellettuale (IP)
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Breve e interessante video sul concetto di Proprietà Intellettuale (IP) e su come esso si possa riferire alle creazioni della mente, come le invenzioni; ad opere letterarie e artistiche; a disegni; e a simboli, nomi ed immagini utilizzati nel commercio.
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	L'utilizzo di questa risorsa ti fornirà una conoscenza essenziale su diversi aspetti della Proprietà Intellettuale.
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY">https://www.youtube.com/watch?v=UqZJPuyK9VY</a>



### SDLR-3

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1– Nozioni fondamentali sulla produzione e sulla distribuzione di media di comunità efficaci</b>
<b>Argomento</b>	Questioni di Copyright
<b>Titolo della risorsa</b>	In che modo il copyright influisce sul nostro futuro (TEDx re-cut)
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Questa interessante conferenza TED ti offrirà un nuovo punto di vista sull'argomento: questioni di copyright  TED è una serie di conferenze, chiamate anche TED talks, gestite dall'organizzazione privata non-profit statunitense Sapling Foundation. (fonte Wikipedia)
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	L'utilizzo di questa risorsa fornirà una conoscenza essenziale sulla questione del diritto d'autore e sulla cosiddetta cultura della condivisione
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=NGLcGVMAPxc">https://www.youtube.com/watch?v=NGLcGVMAPxc</a>

### SDLR-4

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1– Nozioni fondamentali sulla produzione e sulla distribuzione di media di comunità efficaci</b>
<b>Argomento</b>	Come citare correttamente altre persone.
<b>Titolo della risorsa</b>	Come citare una citazione?
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Questa è una lettura interessante che ti aiuterà a identificare il modo migliore per citare correttamente.
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	L'utilizzo di questa risorsa ti fornirà una conoscenza essenziale delle regole di citazione.
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://www.grammarly.com/blog/quotation-within-quotation/">https://www.grammarly.com/blog/quotation-within-quotation/</a>

## SDLR-5

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 1– Nozioni fondamentali sulla produzione e sulla distribuzione di media di comunità efficaci</b>
<b>Argomento</b>	Comprensione e implementazione del GDPR.
<b>Titolo della risorsa</b>	Guida al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR) – ICO.
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Questa guida gratuita sul GDPR spiega ciascuno dei principi, diritti e obblighi in materia di protezione dei dati e riassume i punti chiave che devi conoscere.
<b>Cosa otterrai dall'utilizzo di questa risorsa?</b>	L'utilizzo di questa risorsa ti fornirà una conoscenza essenziale sul tema del GDPR.
<b>Link della risorsa:</b>	<a href="https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/">https://ico.org.uk/for-organisations/guide-to-data-protection/guide-to-the-general-data-protection-regulation-gdpr/</a>

## Dispensa delle risorse per l'apprendimento autonomo

### 1.1 Attività per l'apprendimento autonomo

<b>Titolo del modulo</b>	Modulo 2 – Modelli di moderazione dei media		
<b>Titolo dell'attività</b>	Moderazione dei contenuti creati dagli utenti	<b>Durata dell'attività (in minuti)</b>	60-90 minuti
<b>Risultati di apprendimento</b>	<i>Basati sul Curriculum Framework</i>		
<b>Scopo dell'attività</b>	<p>Comprendere in pratica cosa significa pubblicare contenuti vietati o inappropriate.</p> <p>Capacità di distinguere tra esprimere le proprie opinioni in modo deciso e pubblicare contenuti offensivi o discriminatori.</p> <p>Comprendere l'importanza di garantire agli utenti la libertà di espressione, anche se non sei d'accordo con loro, e tracciare il confine tra i contenuti consentiti e quelli vietati.</p>		
<b>Materiali necessari per l'attività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laptop o PC con un word processor</li> <li>• Accesso ad Internet</li> </ul>		
<b>Istruzioni Step-by-step</b>	<p>Trova un articolo su Facebook su uno dei principali siti di notizie.</p> <p>Visualizza i commenti degli utenti</p> <p>Prova a fare una selezione dei commenti che dovrebbero essere rimossi a causa, ad esempio, dei seguenti motivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- uso di termini comunemente considerati offensivi</li> <li>- il fatto di attaccare gli interlocutori ad personam, che interrompe il corso delle discussioni</li> <li>- tentare di manipolare gli utenti pubblicando messaggi falsi che non sono supportati da fatti scientifici</li> <li>- pubblicazione di contenuti discriminatori sulla base dell'origine etnica, dell'orientamento sessuale, dell'età, della visione del mondo, ecc.</li> </ul> <p>Cerca di fornire esempi di commenti in cui l'autore parla in modo forte pur presentando argomenti sostanziali, senza offendere in alcun modo gli altri utenti e senza pubblicare contenuti proibiti.</p>		

## 1.2 Attività per l'apprendimento autonomo

<b>Titolo del modulo</b>	Modulo 2 – Modelli di moderazione dei media		
<b>Titolo dell'attività</b>	Elaborazione del Documento delle regole di condotta	<b>Durata dell'attività (in minuti)</b>	60-90 minuti
<b>Risultati di apprendimento</b>	<i>Basati sul Curriculum Framework</i>		
<b>Scopo dell'attività</b>	Creare regole di condotta comprensibili agli utenti, menzionando tutti i punti chiave relativi al comportamento appropriato da adottarsi su un dato servizio.		
<b>Materiali necessari per l'attività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laptop o PC con un word processor</li> <li>Accesso a Internet</li> </ul>		
<b>Istruzioni Step-by-step</b>	<p>Immagina di essere il moderatore del sito web e il tuo compito è quello di creare regole e regolamenti per gli utenti che ne andranno a commentare i contenuti. Prova a creare un'informativa per l'utente che indichi chiaramente quali contenuti non sono consentiti. Non dimenticare di aggiungere che gli utenti dovrebbero commentare un argomento relativo all'articolo con l'obiettivo di garantire una certa qualità della discussione.</p> <p>Oltre al contenuto elencato nell'esercizio precedente, prestare attenzione alla pubblicità non etica dei prodotti (ad es. fare finta di essere un utente di un determinato prodotto per raccomandarlo agli altri). Leggi la definizione di spamming e informati su come funzionano i bot: in qualità di moderatore dovresti essere in grado di distinguere tra un bot ed un utente reale. Scopri cosa puoi fare come moderatore per gestire lo spamming.</p> <p>Nelle regole che andrai a definire cerca di chiarire il più possibile quali contenuti sono vietati, in modo che gli utenti che li pubblicano non possano accusarti di violare la loro libertà di parola.</p>		

## Risorse aggiuntive per l'apprendimento autonomo

### SDLR-1

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 2: Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>
<b>Argomento</b>	Il ruolo dei moderatori di contenuti e le realtà che devono affrontare.
<b>Titolo della risorsa:</b>	Custodi di Internet: piattaforme, moderazione dei contenuti e decisioni nascoste che danno forma ai social media.
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Per comprendere meglio quali siano le pratiche utilizzate dalle piattaforme di social media quando si tratta di moderare i contenuti e qual è l'effetto che queste pratiche hanno sul materiale a cui accediamo noi utenti.
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	Gillespie (l'autore) fornisce una panoramica delle attuali pratiche di moderazione applicate sui social media e spiega la logica che sottende al come, quando e perché queste politiche vengono applicate. In tal modo, Gillespie ha la possibilità di sottolineare che la moderazione dei contenuti riceve troppo poco controllo pubblico, anche se in fin dei conti è essa che dà forma alle norme sociali e comporta inequivocabilmente delle conseguenze per il discorso pubblico, per la produzione culturale e per il tessuto sociale.
<b>Link della risorsa:</b>	<a href="https://www.researchgate.net/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media">https://www.researchgate.net/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media</a>

### SDLR-2

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 2: Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>
<b>Argomento</b>	Esploriamo quale approccio adotta Twitter nella moderazione dei contenuti.
<b>Titolo della risorsa</b>	Podcast - Joe Rogan Experience #1258 - Jack Dorsey, Vijaya Gadde & Tim Pool.
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Questa risorsa presenta un dibattito tra l'amministratore delegato di Twitter, Jack Dosey, e Vijaya Gadde, Responsabile della Protezione e Sicurezza della piattaforma, sulla politica e sugli approcci in merito al monitoraggio e alla moderazione dei contenuti.

<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	La risorsa offre un'opportunità unica per ottenere una visione approfondita dei problemi che Twitter (o qualsiasi altra piattaforma di social media) deve affrontare, le cose e l'etica che essi devono prendere in considerazione, nonché l'approccio che adottano.
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DZCBRH0g3PQ&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=DZCBRH0g3PQ&amp;feature=youtu.be</a>

### SDLR-3

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 2: Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>
<b>Argomento</b>	L'etica della moderazione.
<b>Titolo della risorsa</b>	Facebook e l'etica della moderazione - The Listening Post.
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Questa risorsa presenta le principali questioni e i temi che si stanno sviluppando sulla moderazione dei contenuti sulle piattaforme social presentando anche i problemi che sorgono o che possono sorgere in assenza di misure attive.
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	Essa fornisce agli studenti l'opportunità di esplorare diversi problemi e prospettive, nonché la possibilità di esaminare diversi temi importanti per comprendere meglio la moderazione dei contenuti nei social media e la sua necessità.
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=dysyh7QBDnY&amp;t=625s">https://www.youtube.com/watch?v=dysyh7QBDnY&amp;t=625s</a>

### SDLR-4

<b>Titolo del modulo</b>	<b>Modulo 2: Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>
<b>Argomento</b>	Moderazione dei contenuti sulle piattaforme online.
<b>Titolo della risorsa</b>	Moderazione dei contenuti e piattaforme online: un problema impossibile? I regolatori e i legislatori guardano a nuove leggi.

<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Questa risorsa presenta una breve ma completa introduzione alle domande che entrano in gioco quando si parla di moderazione dei contenuti sulle piattaforme online. Fornisce inoltre un resoconto degli approcci seguiti dalle piattaforme di social media, un resoconto dell'effetto che il Covid-19 ha avuto proprio su questo versante e di tutti gli ultimi sviluppi in proposito.
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	La risorsa offre agli studenti l'opportunità di ottenere un'introduzione e una concezione generale di alcuni dei parametri più importanti sul tema. Combinando diversi problemi, la risorsa funge anche da guida per gli studenti, aiutandoli a comprendere la profondità del tema trattato e ad esplorare le molteplici prospettive che possono essere prese in considerazione.
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://talkingtech.cliffordchance.com/en/industries/e-commerce/content-moderation-and-online-platforms--an-impossible-problem--.html">https://talkingtech.cliffordchance.com/en/industries/e-commerce/content-moderation-and-online-platforms--an-impossible-problem--.html</a>

#### SDLR-5

<b>Titolo del modulo</b>	Modulo 2: <b>Modelli di moderazione dei contenuti e loro applicabilità</b>
<b>Argomento</b>	Moderazione dei contenuti & Libertà di espressione.
<b>Titolo della risorsa</b>	Moderazione dei contenuti: chi decide cosa è vero?
<b>Perché utilizzare questa risorsa?</b>	Essa offre agli studenti l'opportunità di ottenere un'introduzione e una concezione generale su alcuni dei parametri più importanti riguardo a questo tema.
<b>Cosa otterrai utilizzando questa risorsa?</b>	Combinando diversi problemi, la risorsa funge anche da guida per gli studenti, aiutandoli a comprendere la profondità del tema trattato e ad esplorare le molteplici prospettive che possono essere prese in considerazione.
<b>Link della risorsa</b>	<a href="https://re-publica.tv/de/session/content-moderation-who-decides-what-true">https://re-publica.tv/de/session/content-moderation-who-decides-what-true</a>

# Wires - Crossed



JUGEND- &  
KULTURPROJEKT E.V.



CARDET

CENTRE FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH  
& DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY



ACUMEN  
TRAINING



Speha Fresia  
SOCIETÀ COOPERATIVA



USTANOVA ZA | ADULT  
OBRAZOVANJE | EDUCATION  
ODRASLIH | INSTITUTION



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

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