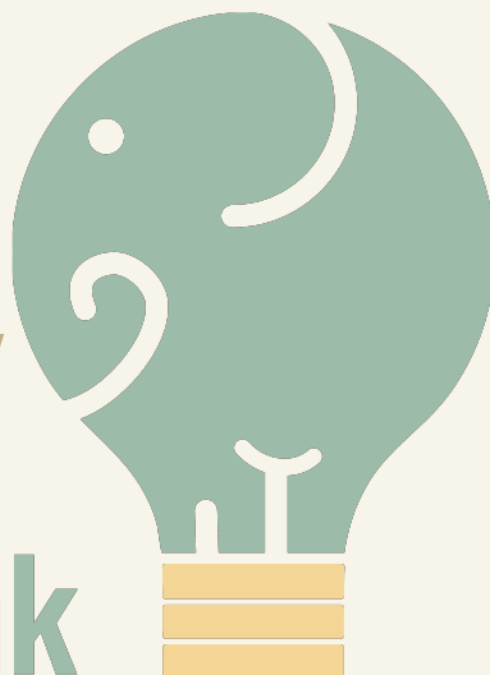


**RESPONSIBLE  
YOUTH  
THROUGH  
MEDIA LITERACY  
EDUCATION**

**YouTHink**

Project No 2024-1-LT02-KA220-YOU-000251256



**SINTESI DEL REPORT**

**Approfondimenti sull'educazione  
all'alfabetizzazione mediatica: risultati  
chiave emersi dai workshop creativi e dai  
sondaggi interattivi**

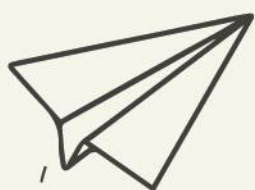
Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Youth Affairs Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



**Funded by  
the European Union**

# RESPONSIBLE YOUTH THROUGH MEDIA LITERACY EDUCATION

## YouThink



Work Package 2 Training Combo Development  
Deliverable W2/A4 Report  
Leader of WP2 Rural Internet Access Points Association



Responsible Youth through Media Literacy Education funded by Erasmus+ Project  
Training Combo development under the Creative Commons licence CC BY-NC-SA

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Youth Affairs Agency. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Funded by  
the European Union



Il presente documento fornisce una sintesi del report **Media Literacy Education Insights: Key findings from Creative Workshops and Interactive Polls (Approfondimenti sull'educazione all'alfabetizzazione mediatica: risultati chiave dei workshop creativi e dei sondaggi interattivi)** condotti nell'ambito del progetto Responsible Youth Through Media Literacy Education (YouTHink) tra gennaio e marzo 2025. Il report raccoglie approfondimenti di professionisti interdisciplinari in materia di educazione all'alfabetizzazione mediatica ed esplora il modo in cui i giovani utilizzano i media digitali e le sfide che affrontano online.

Il progetto YouTHink, della durata di 26 mesi, mira a fornire ai giovani di età compresa tra i 14 e i 19 anni le competenze di pensiero critico necessarie per l'ambiente dei media digitali attraverso contenuti didattici che incorporano metodi di apprendimento innovativi, tecnologie digitali ed elementi di gamification. Il progetto è realizzato in Lituania, Italia, Portogallo, Slovenia e Svizzera.

## RISULTATI CHIAVE DEI LABORATORI CREATIVI

I workshop creativi (CW) sono stati una componente fondamentale di questa ricerca, organizzati in tutti e cinque i paesi partner tra gennaio e marzo 2025. L'obiettivo principale dei CW era quello di raccogliere opinioni e idee dai professionisti sull'educazione all'alfabetizzazione mediatica e su come coinvolgere i giovani in questo processo. I partecipanti hanno discusso le sfide, condiviso le migliori pratiche, esplorato soluzioni innovative, metodi e strumenti per coinvolgere i giovani nell'educazione all'alfabetizzazione mediatica. Le discussioni hanno seguito una guida strutturata con domande suddivise in quattro aree tematiche: **1) Tendenze e sfide recenti; 2) Esigenze e aspettative dei giovani; 3) Metodi e strumenti innovativi; 4) Impatto dell'IA sul pensiero critico.** Le intuizioni emerse da questi workshop hanno contribuito a definire argomenti rilevanti per i materiali di formazione.



Foto dai workshop in Italia e Lituania



Un totale di 40 professionisti interdisciplinari ha partecipato ai cinque workshop. I gruppi di partecipanti erano eterogenei e comprendevano sia uomini che donne provenienti da vari settori quali l'istruzione, il mondo degli affari, i media, le ONG e il lavoro giovanile. Questa eterogeneità è stata volutamente ricercata per arricchire le discussioni e generare una gamma più ampia di idee per l'educazione all'alfabetizzazione mediatica tra i giovani.

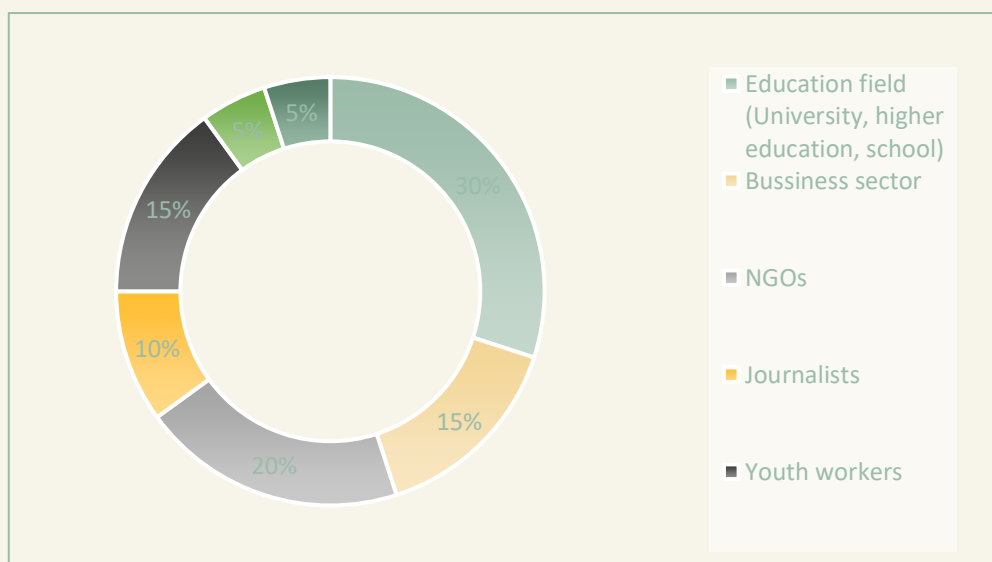


Grafico n. 1 Profilo dei partecipanti ai workshop

## Sfide e Problemi

L'analisi delle discussioni durante i workshop nei cinque paesi europei ha rivelato esperienze e sfide simili nel campo dell'educazione all'alfabetizzazione mediatica, con alcune sfumature specifiche per ciascun paese. I partecipanti hanno riconosciuto all'unanimità l'importanza significativa dell'alfabetizzazione mediatica nel mondo digitale odierno, considerandola una competenza fondamentale per i giovani. Hanno inoltre convenuto che l'alfabetizzazione mediatica deve affrontare numerose tendenze e sfide, dalle tecnologie in rapida evoluzione, tra cui l'intelligenza artificiale, al crescente volume di disinformazione.

Una delle sfide centrali discusse è stata la difficoltà di identificare fonti affidabili nel vasto spazio informativo. Le autorità tradizionali, come scienziati ed esperti, non garantiscono più la fiducia del pubblico, portando a un "livellamento delle competenze" in cui gli individui si affidano sempre più alle opinioni personali o ai contenuti dei social media. Il professore associato Vincas Grigas dell'Università di Vilnius ha sottolineato che, nonostante la comprensione della manipolazione degli algoritmi su piattaforme come TikTok e Facebook, le persone scelgono consapevolmente le informazioni da questi canali perché è "più facile" o "più divertente" e i vantaggi immediati superano i potenziali danni.

Al di là della semplice informazione, è stata sottolineata l'importanza degli atteggiamenti di valore nel comportamento responsabile. La conoscenza da sola non sempre porta ad azioni responsabili se i benefici immediati hanno la priorità sulle conseguenze a lungo termine,



ponendo una sfida all'istruzione per coltivare sia la conoscenza che il comportamento basato sui valori nei giovani. I partecipanti hanno notato un cambiamento significativo nelle abitudini di lettura e scrittura, nella comprensione della paternità dell'opera e nell'uso etico delle informazioni. C'è una crescente mancanza di lettura e analisi approfondite e il concetto di paternità dell'opera sta diminuendo nello spazio digitale, dove spesso gli individui non considerano il creatore o l'uso etico delle informazioni.

Gli editori e i professionisti dell'informazione sono preoccupati per una cultura del consumo superficiale che altera la percezione e l'uso delle informazioni a tutti i livelli. Questi cambiamenti indicano che l'alfabetizzazione mediatica

deve andare oltre le competenze tecniche per arrivare a un rapporto più profondo e riflessivo con le informazioni, la loro origine, forma e impatto.

Un'altra sfida significativa nell'educazione all'alfabetizzazione mediatica è la sua frequente attenzione alle competenze specifiche, trascurando una comprensione olistica dell'ecosistema mediatico. Il dottor Vincas Grigas ha sostenuto che spesso vengono forniti solo “consigli” invece di analisi più approfondite, senza affrontare i modelli reali e ricorrenti di utilizzo delle informazioni nelle attività quotidiane. Ha sottolineato che il fondamento dell'alfabetizzazione mediatica dovrebbe essere la capacità di cogliere le situazioni e adattarsi ai contesti mediatici in evoluzione, richiedendo una comprensione olistica dal messaggio e dalla fonte alla pratica sociale. Valentina Brilli dell'European Grants International Academy in Italia ha fatto eco a questa affermazione, sostenendo che il vero problema è l'assenza di un metodo per navigare nella vasta quantità di informazioni e che è necessario un approccio educativo che promuova l'empatia e la responsabilità al di là delle competenze tecniche. Pertanto, è essenziale una comprensione generale di come funzionano i media, che comprenda l'intera catena informativa: formazione del messaggio, fonte, ambiente tecnico e sociale, scopo e impatto.

Una sfida cruciale identificata in tutte le discussioni è stata la mancanza di pensiero critico e di valutazione delle fonti. Molte persone accettano le informazioni basandosi sulle emozioni piuttosto che sui fatti, facilitando la rapida diffusione di informazioni false o manipolative e influenzando l'opinione pubblica. Si nota una mancanza di incoraggiamento nei confronti dei giovani ad analizzare criticamente le informazioni, valutare in modo indipendente l'affidabilità delle fonti e distinguere i fatti dalle opinioni. Paulius Andruskevicius, docente di alfabetizzazione mediatica della Lituania, ha evidenziato un problema fondamentale della società dell'informazione: la mancanza di responsabilità personale. Ha affermato che le persone spesso “si nascondono dietro la responsabilità collettiva” quando diffondono messaggi online senza sentirsi responsabili, soprattutto sui social network dove le opinioni vengono espresse rapidamente, emotivamente e spesso senza argomentazioni. Andruskevicius ha anche osservato una “perdita dell'abitudine di discutere” nella società, dove le differenze sono viste come opposizione piuttosto che come invito al dialogo. Ha sottolineato che un compito fondamentale dell'alfabetizzazione mediatica è quello di sviluppare capacità di discussione argomentativa, libera da emozioni e manipolazioni. Ha esortato alla responsabilità personale per ogni messaggio scritto e letto, collegandolo al pensiero critico, ovvero la capacità di resistere alla pressione della massa e sostenere la propria posizione con argomenti.

I partecipanti al workshop hanno anche sottolineato il confine sempre più labile tra il mondo virtuale e quello fisico per i giovani moderni. Studi recenti dimostrano che i giovani non





distinguono più chiaramente queste sfere: lo spazio virtuale diventa una parte naturale della vita quotidiana, influenzando comportamenti e scelte. Questa tendenza significa che l'alfabetizzazione mediatica deve comprendere entrambe le sfere, includendo non solo le competenze tecnologiche, ma anche la comprensione di come i contenuti virtuali influenzino i valori reali, la percezione di sé e le scelte. Infine, è emerso un ampio consenso sulla necessità di sensibilizzare non solo i giovani, ma anche i loro genitori, che stabiliscono le regole per il consumo dei media, e i professionisti che interagiscono regolarmente con i giovani, come gli insegnanti e gli animatori.

### Suggerimenti

- Coltivare una comprensione olistica del panorama mediatico e del suo funzionamento. L'educazione all'alfabetizzazione mediatica dovrebbe andare oltre l'insegnamento di specifiche competenze tecniche o la fornitura di semplici "consigli". Deve invece favorire una comprensione più profonda e riflessiva del funzionamento dell'intera catena dell'informazione.
- L'educazione dovrebbe incoraggiare attivamente i giovani ad analizzare le informazioni in modo critico, anziché accettarle sulla base delle emozioni.
- Promuovere un senso di responsabilità personale per i contenuti che i giovani creano e condividono.
- Integrare la comprensione dei confini sempre più labili tra il mondo virtuale e quello fisico.

### Esigenze e Aspettative dei Giovani e Metodi Innovativi

Le discussioni hanno rispecchiato in modo coerente la profonda integrazione delle tecnologie digitali nella vita dei giovani, che ne modellano la comunicazione, l'apprendimento, l'intrattenimento e le interazioni sociali, nonché il pensiero, la valutazione delle informazioni e la formazione dei valori. Se da un lato la connettività digitale offre opportunità, dall'altro presenta il rischio che i giovani siano sommersi dalle informazioni senza la metodologia per elaborarle e analizzarle criticamente. Spesso si accontentano di contenuti accessibili o popolari senza metterne in dubbio l'accuratezza.

Un'osservazione significativa è stata che i giovani spesso sottovalutano il valore dell'alfabetizzazione mediatica, equiparando erroneamente la familiarità tecnologica alla competenza mediatica. Pertanto, i partecipanti hanno concordato che l'educazione all'alfabetizzazione mediatica dovrebbe andare oltre i consigli rapidi o le istruzioni di base per l'uso della tecnologia, favorendo invece una comprensione approfondita del panorama mediatico e dell'importanza di una valutazione accurata. Laura Vecerkauskaitė, del Centro per l'impiego giovanile Druskininkai in Lituania, ha osservato che i giovani spesso si nascondono dietro gli schermi e percepiscono come irrilevanti argomenti come l'alfabetizzazione mediatica e la responsabilità, esprimendosi rapidamente e spesso in modo anonimo online, evitando così la responsabilità delle loro parole o azioni. Ha sottolineato che questo è in parte dovuto al fatto che i giovani non vengono ascoltati abbastanza e i contenuti educativi non sono adattati alla loro visione del mondo.



Katja Kolenc del Centro giovanile di Celje, in Slovenia, ha evidenziato che i giovani sono un gruppo eterogeneo, sottolineando la necessità di differenziare le varie fasce d'età (bambini, studenti, studenti universitari, giovani occupati) in quanto hanno esigenze e sfide diverse che richiedono approcci personalizzati. I partecipanti hanno anche osservato che l'istruzione attuale spesso non incoraggia il pensiero critico. Se non si permette ai giovani di fare domande o di esplorare, non ci si può aspettare che in seguito verifichino le informazioni o pensino con la propria testa. La curiosità, insita nei bambini ma spesso repressa, è stata identificata come una chiave per lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica, che richiede opportunità di esplorazione e di interrogazione.

### Suggerimenti

- Promuovere il pensiero critico andando oltre le istruzioni tecniche di base della tecnologia o degli strumenti e rafforzando la comprensione del funzionamento del mondo dei media digitali e della navigazione nella sovrabbondante quantità di informazioni online.
- Promuovere il pensiero critico, la curiosità e la responsabilità incoraggiando domande, esplorazioni e discussioni.
- Gli educatori devono trovare modi innovativi per presentare i contenuti formativi in modo coinvolgente, incoraggiando le domande e una riflessione più approfondita.

Durante la discussione i partecipanti hanno condiviso le loro opinioni sui **metodi e gli strumenti innovativi per l'educazione ai media per i giovani**. I partecipanti hanno concordato sul fatto che oggi ci sono molti modi per educare i giovani, ma secondo le ultime tendenze l'educazione all'alfabetizzazione mediatica dovrebbe concentrarsi su strategie didattiche dinamiche e pratiche.

### Suggerimenti

- Emerge la necessità di passare dai metodi di insegnamento tradizionali alle strategie interattive, dall'insegnamento diretto delle competenze tecnologiche (ad esempio, come usare un software specifico o una piattaforma) alla comprensione generale dell'impatto dei media e del loro ruolo nella società moderna. Al posto delle lezioni tradizionali, si utilizzano sempre più spesso metodi interattivi: simulazioni, giochi e analisi di casi reali. Il corso comprende non solo la tecnologia in sé, ma anche i suoi aspetti sociali, culturali ed etici.
- L'accento è posto sull'analisi delle informazioni e sullo sviluppo del pensiero critico. Si dovrebbe prestare molta attenzione a insegnare ai giovani non solo il "come" ma anche il "perché".
- Integrare discussioni sulle implicazioni dei media digitali per la salute mentale, come il tempo trascorso sullo schermo, il cyberbullismo e il confronto sociale.
- La collaborazione con influencer fidati dei social media per promuovere l'alfabetizzazione mediatica può essere un modo efficace per coinvolgere il pubblico più giovane.
- Apprendimento tra pari o ambasciatori dei giovani. I giovani tendono a relazionarsi più con i loro coetanei che con gli adulti. Creando uno spazio in cui gli studenti più grandi o i coetanei formati possano guidare i più giovani.



## Il Ruolo dell'intelligenza Artificiale e del Pensiero Critico, e i Sondaggi Interattivi

Il ruolo crescente dell'intelligenza artificiale (IA) nella creazione di contenuti pone delle sfide alla capacità dei giovani di valutare e analizzare criticamente le informazioni. I partecipanti hanno riconosciuto che se da un lato l'IA può generare rapidamente informazioni su misura, dall'altro rischia di diffondere disinformazione, fake news e falsificazioni profonde e può portare alla perdita di competenze essenziali. I giovani spesso non sono consapevoli dei pericoli dell'IA, non solo per quanto riguarda le fake news, ma anche per quanto riguarda la possibilità che i risultati generati dall'IA siano errati e che essi stessi creino e diffondano contenuti falsi. L'educazione al pensiero critico rimane una sfida fondamentale, con la necessità di insegnare a tutte le generazioni a mettere in discussione le informazioni e a utilizzare diversi metodi di verifica. Catherine Equey dell'Università di Scienze Applicate e Arti della Svizzera Occidentale ha sottolineato l'importanza di insegnare a studenti e professionisti a confrontarsi criticamente con l'IA, piuttosto che utilizzarla semplicemente come “macchina per rispondere”.

Le discussioni hanno evidenziato un approccio riflessivo, cauto ed eticamente consapevole all'implementazione degli strumenti di IA nell'istruzione, insieme allo scetticismo nei confronti di un'adozione acritica dovuta ai limiti intrinseci dell'IA generativa, che predice la risposta più probabile e può portare a gravi rischi. Nonostante le preoccupazioni, i partecipanti hanno riconosciuto che i giovani stanno già utilizzando gli strumenti di IA e continueranno a farlo. Pertanto, la maggior parte ha sostenuto un approccio pragmatico: invece di evitare l'IA, integrarla insegnando un uso critico, sensibilizzando sui limiti e sviluppando linee guida etiche per il suo utilizzo nell'istruzione. Madalena Nunes Diogo dal Portogallo ha sottolineato la necessità di garantire che la creatività umana non venga sostituita dal momento che l'IA cambia il modo in cui creiamo e consumiamo le informazioni. I partecipanti hanno suggerito di porre maggiore enfasi sullo sviluppo di capacità di pensiero critico come migliore salvaguardia contro i rischi dell'IA, piuttosto che concentrarsi eccessivamente sulla tecnologia.

### Suggerimenti

- Sostenere i giovani a fidarsi del proprio giudizio quando utilizzano l'IA.
- Pensare con la propria testa, non seguire ciecamente le risposte dell'IA.
- Assicurarsi che l'utilizzo dell'IA per le valutazioni segua le regole sulla privacy e sui dati.
- Sensibilizzare su tutti i possibili pericoli che l'IA può creare (disinformazione, fake news, video, registrazioni audio, algoritmi sui social media, bolle di utenti, bot, ecc.)

## RISULTATI DEI SONDAGGI INTERATTIVI

Tra gennaio e marzo 2025 sono stati condotti sondaggi interattivi in tutti i Paesi partner del progetto *YouTHink* per capire come i giovani utilizzano i media digitali e le sfide che devono





affrontare online. Un sondaggio online anonimo, realizzato con Microsoft Office Form, è stato distribuito a scuole e università attraverso le organizzazioni partner. Il questionario consisteva in 18 domande chiuse e aperte suddivise in cinque sezioni, che riguardavano i dati demografici, il comportamento online, le sfide e i metodi di verifica, gli argomenti di interesse per l'alfabetizzazione mediatica e gli esercizi pratici (ad esempio, identificazione di clickbait, contenuti generati dall'intelligenza artificiale, informazioni false).

Al sondaggio hanno partecipato 207 intervistati di età compresa tra i 14 e i 19 anni provenienti da Lituania, Portogallo, Slovenia, Italia e Svizzera. Il gruppo di età più numeroso è stato quello dei 19enni (31%), mentre i 15 e i 18enni hanno avuto la rappresentanza più bassa (rispettivamente 9% e 10%).

L'analisi dei dati ha rivelato alcuni aspetti particolarmente importanti: **i) la significativa presenza online dei giovani; ii) il consumo di dati visivi; iii) il divario tra la percezione delle competenze critiche dei giovani e le loro abitudini nel mondo reale; iv) l'interesse espresso per formati di apprendimento pratici e coinvolgenti per l'alfabetizzazione mediatica.**

### Significativa presenza online di giovani e contenuti visive

I risultati del sondaggio indicano che la maggior parte degli intervistati (58%) trascorre oltre tre ore online al giorno, evidenziando una significativa dipendenza dallo spazio digitale sia per l'apprendimento che per l'intrattenimento. Solo una piccola percentuale (3%) limita il tempo trascorso online a un'ora, potenzialmente a causa del controllo dei genitori, della disciplina personale o della scarsa motivazione.

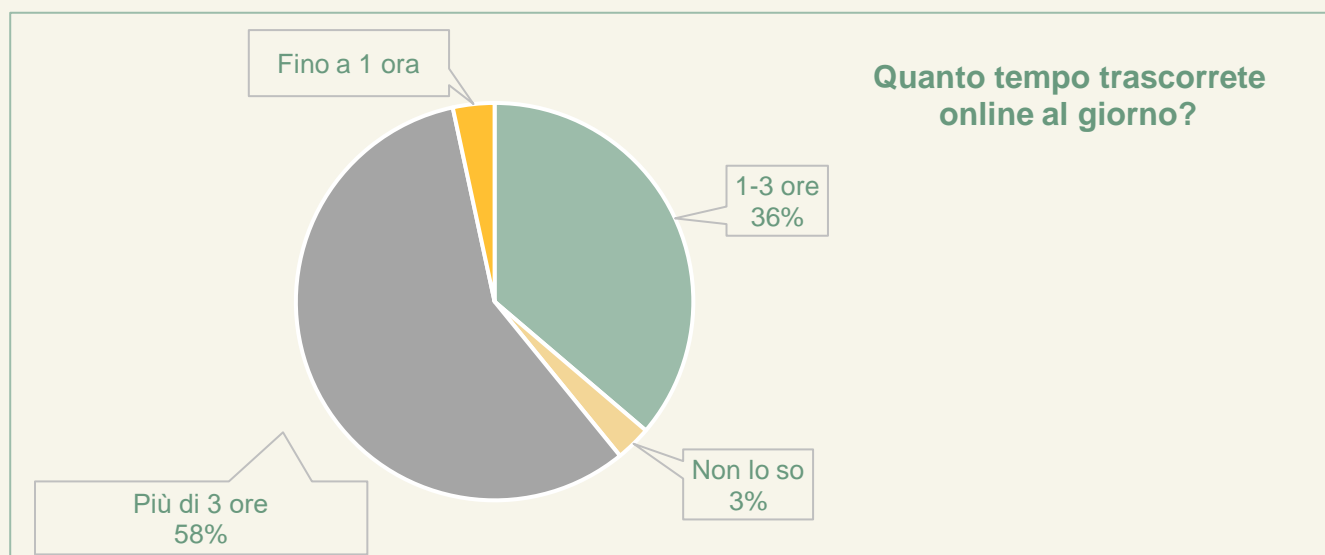


Grafico n. 2 Tempo trascorso online

Inoltre, i dati hanno rivelato una chiara preferenza per i contenuti visivi e le piattaforme di social network. YouTube (21%), Instagram (20%), TikTok (18%) e Snapchat (14%) sono le piattaforme più utilizzate. Ciò indica una tendenza verso informazioni visive facilmente accessibili e personalizzate. Il report osserva che queste piattaforme incoraggiano un consumo rapido ed emotivo dei contenuti, che può ostacolare l'elaborazione approfondita delle informazioni.

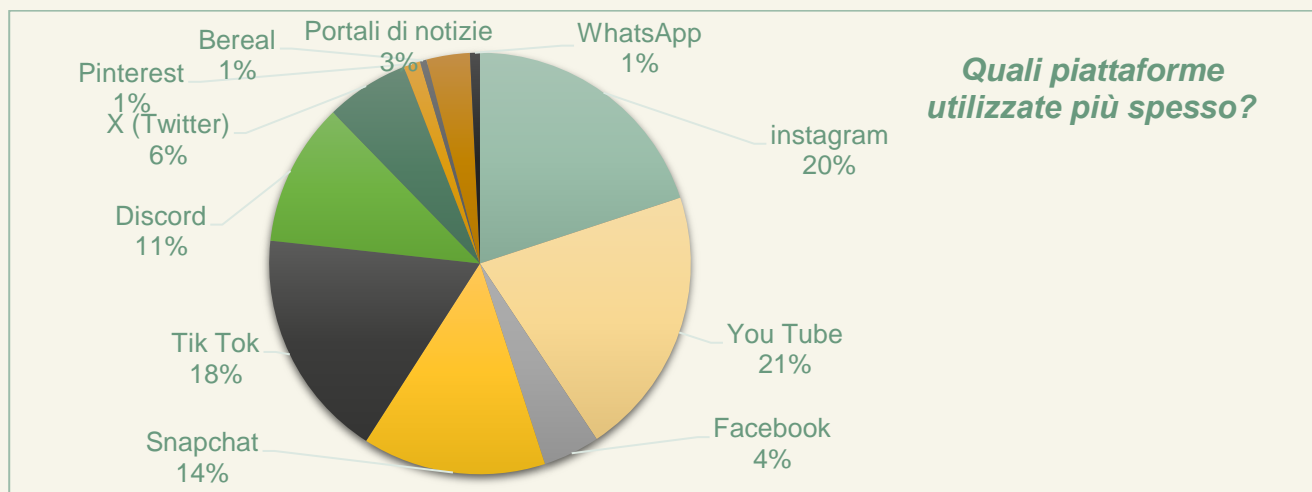


Grafico n. 3 Utilizzo delle piattaforme sociali

## Il divario tra la loro percezione delle competenze critiche e le loro abitudini reali

Sebbene un'alta percentuale di giovani, il 91% (quelli che hanno risposto “raramente” e “qualche volta”), abbia dichiarato di essere cauto e di valutare criticamente le informazioni online, le analisi hanno rivelato che esiste ancora un divario tra le loro percezioni e le abitudini reali.

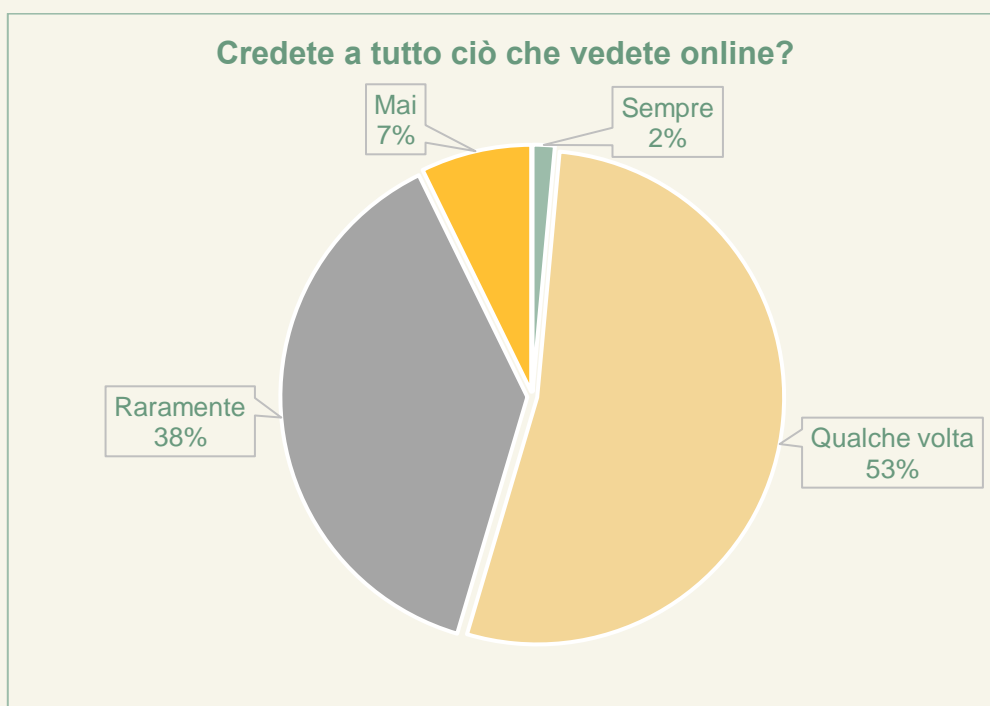


Grafico n. 4 Comprensione delle informazioni

Tuttavia, il ricorso al fact checking (8%) e ai consigli dei genitori (7%) non sembra essere una scelta popolare per la verifica delle informazioni per molti intervistati. Inoltre, il 29% dei giovani si è affidato al “buon senso”, che non sempre è obiettivo e corretto.



### In che modo controllate le informazioni online?



Grafico n. 5 Modalità di verifica delle informazioni

Quando si chiede di scegliere le maggiori difficoltà nel valutare l'attendibilità delle fonti, i giovani indicano che incontrano ancora notevoli difficoltà nel capire se la fonte è attendibile (41%) e nel distinguere tra opinioni e fatti (28%). Se davvero possiedono una forte capacità di valutazione critica, come hanno risposto nel grafico n. 4, queste sfide non dovrebbero essere così rilevanti. Ciò significa che i giovani fanno ancora fatica a determinare l'affidabilità delle fonti e a distinguere le opinioni dai fatti.

### Qual è la cosa più difficile per voi quando incontrate informazioni online?



Grafico n. 6 Difficoltà di verifica delle informazioni

## Preferenza per gli approcci di apprendimento interattivi e gamificati

I sondaggi hanno fornito una chiara indicazione su come i giovani preferiscono apprendere l'alfabetizzazione mediatica. La preferenza dominante per i giochi e i quiz (24%) è emersa come il formato di apprendimento più interessante. Ciò suggerisce fortemente che i contenuti educativi dovrebbero abbracciare metodi interattivi, tra cui giochi, test e simulazioni. Oltre alla gamification, i giovani hanno espresso interesse per l'apprendimento



attraverso la tecnologia, i compiti pratici e le situazioni di vita reale che riguardano le loro esperienze.

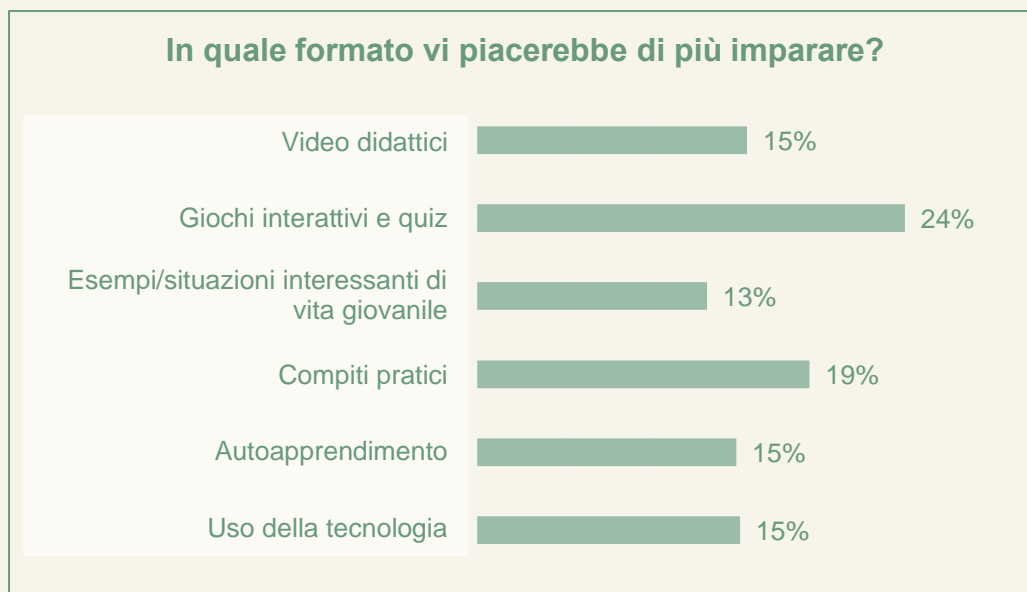


Grafico n. 7 Modi di apprendere

Il grafico n. 8 illustra gli argomenti che i giovani sono maggiormente interessati a conoscere. Vogliono imparare la sicurezza online e la protezione dei dati personali (15%), il funzionamento degli algoritmi dei social media (12%), il riconoscimento dei truffatori online e delle informazioni false (12%). Anche l'interesse per le competenze pratiche in materia di intelligenza artificiale (11%) e per le tecnologie più recenti (10%) è stato messo in evidenza.



Grafico n. 8 Gli argomenti più rilevanti



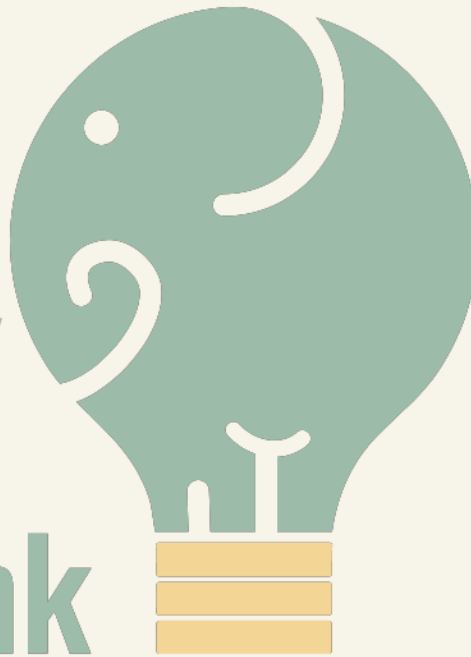
## CONCLUSIONI

- Se da un lato la connettività digitale offre notevoli opportunità, dall'altro espone i giovani a un rischio importante: sono sopraffatti dall'enorme quantità di informazioni disponibili e non hanno i mezzi per elaborarle e analizzarle in modo critico. Spesso si accontentano dei contenuti più accessibili o popolari sulle piattaforme dei social media, senza metterne in dubbio l'accuratezza o la credibilità. Pertanto, è importante **rafforzare la comprensione del funzionamento del mondo dei media digitali e la capacità di orientarsi tra la quantità eccessiva di informazioni online.**
- **Promuovere la responsabilità personale nella sfera digitale.** Spesso gli individui diffondono messaggi o altri contenuti senza considerare le conseguenze. I giovani devono capire che le loro azioni online possono avere conseguenze e che ogni parola scritta o opinione condivisa può influenzare la loro reputazione o l'opinione pubblica.
- **Sensibilizzare sui rischi associati all'intelligenza artificiale.** Questa tecnologia rappresenta un pericolo per la diffusione di disinformazione, fake news, deep make e può essere motivo di perdita di competenze essenziali come la scrittura, l'analisi, la formulazione di ipotesi, ecc. Tuttavia, invece di evitare o rifiutare l'IA, è importante trovare i modi giusti per integrare questa tecnologia nella vita dei giovani.
- **L'educazione all'alfabetizzazione mediatica deve andare oltre l'insegnamento delle competenze tecniche** per l'utilizzo di una o più applicazioni, programmi o strumenti. I giovani devono immergersi in una comprensione più profonda delle informazioni, delle loro origini e del loro impatto.



# RESPONSIBLE YOUTH THROUGH MEDIA LITERACY EDUCATION

# YouTHink



## Project Partners

Public institution  
**Information Technologies Institute**



**SIMBIOZA**  
MED GENERACIJAMI

Associated Partner

