

Giochi e videogiochi per contrastare la disinformazione: esempi e proposte nell'ambito del progetto Yo-Media

Alessandra Carenzio, Simona Ferrari, Stefano Pasta
Università Cattolica del Sacro Cuore

Premesse – Lo scenario (post)Covid-19



- **Infodemia:** “sovrabbondanza di informazioni, accurate e meno accurate, durante una pandemia”; cfr. «Infodemics: A new challenge for public health» (OMS, 2020).
- Più generale tema dell’**Information Literacy** e dell’eccesso di informazioni, non sempre accurate, che rendono difficile orientarsi per la difficoltà di individuare fonti affidabili (overload informativo, infoglut) (Cavalcante et al., 2022) .
- Dal 2020: numerosi studi sulla capacità di identificare notizie false (Yankoski et al., 2020), sul ruolo della disinformazione nella creazione di un clima ostile (Greene & Murphy, 2021), sulla diffusione di complottismi e teorie cospiratorie al tempo del Covid-19 (Santerini, 2023).

La postverità come REGIME DISCORSIVO (insieme di pratiche culturali, retoriche, mediali)

- **Postverità** (McIntyre, 2018): «Tipo di discorso relativo a o descrittivo di circostanze in cui i fatti oggettivi sono meno influenti nel formare l'opinione pubblica del ricorso all'**emozione** e alle **convinzioni personali**» (Oxford Dictionaries, 2016).
- «Una strategia retorico-persuasiva, in cui è prevalente la componente soggettiva e passionale su quella referenziale» (Lorusso, 2018).

Premesse - Videogiochi

L'OMS ha manifestato un diverso atteggiamento nei confronti del **gaming online**, «muovendo da un avvertimento diffuso rispetto alla connotazione di rischio e dipendenza verso il riconoscimento del valore positivo rispetto alla **socializzazione** e alla **gestione dello stress** durante la pandemia. Nel 2019 l'OMS ha definito la game addiction un segno di disturbo mentale, mettendo in guardia le persone contro lo sviluppo della dipendenza da gioco. Tuttavia, nel 2020, l'OMS ha chiesto alle persone di rimanere a casa e giocare. In uno sforzo congiunto, **l'industria mondiale dei giochi ha partecipato alla diffusione di messaggi chiave per sostenere la consapevolezza e rallentare la diffusione di COVID-19**» (Willy C. Kriz, *Simulation&Gaming*, 2020, p. 2).

Il progetto YO-MEDIA *Youngster's Media Literacy in Times of Crisis*

Progetto biennale (Associação Portuguesa de Imprensa, Media Competence Center di Aveiro, Universidade de Aveiro, Università Cattolica del Sacro Cuore, Universitat de Vic - Central de Catalunya) finanziato dal Fondo europeo per i media e l'informazione della **Fondazione Gulbenkian** (<https://yomedia.a-mcc.eu/>).

1- Analisi della letteratura sul tema dei giochi e dei videogiochi in tempo di crisi (sanitaria, militare, disastri naturali), una prima **rassegna di proposte** (benchmark analysis) e **interviste agli stakeholders**;

2- Sviluppo e il testing di un gioco ibrido sulla media literacy per supportare la consapevolezza critica rispetto al ruolo dei media in tempo di crisi, insieme alla **produzione di un MOOC** sul tema;

3- Valutazione della fattibilità delle strategie adottate.



Domande

- 1- In che modo giochi e videogiochi possono sostenere lo **sviluppo della competenza mediale** - e della information literacy nello specifico - in un momento di crisi, segnato da disinformazione, confusione e la necessità di gestire lo stress?
- 2- Quali sono le **caratteristiche del videogioco** più funzionali a costruire competenza mediale?
- 3- **Esistono buone pratiche ed esempi** - sul mercato o nel campo educativo - che diventano riferimenti per la progettazione di nuove proposte per i ragazzi?

Strumenti

1- **Analisi della letteratura**, saggi, articoli scientifici, systematic reviews e proceedings pubblicati dal 2019 al 2023 prevalentemente in lingua inglese con keywords (no giochi e videogiochi come strumenti didattici) in Google Scholar, Academia, Researchgate;

2- **Interviste agli stakeholders** (10 per Paese), in Italia sono stati raggiunti 4 **educatori** che lavorano con i ragazzi (*Spazio Giovani, Gariwo, Adelante, Steadycam*), 3 **insegnanti**, coinvolti in progetti sulla media literacy che hanno previsto lo sviluppo di tool diversi (giochi, carte ecc.) a scuola e in ambito universitario, e 3 **giornalisti** from di testate diverse impegnati nel campo dei videogiochi, degli e-spot e del digitale;

3- **Benchmark analysis** (giochi e videogiochi disponibili).

Analisi della letteratura



In che modo giochi e videogiochi sono legati alla prevenzione della disinformazione?

- incoraggiano la **partecipazione attiva**;
- supportano una **comprensione in profondità** di temi importanti (pensiamo alla pandemica, alla guerra, ai disastri naturali);
- possono aiutare l'**anticipazione delle conseguenze**;
- offrono un mondo dove **simulare soluzioni a problemi**;
- sostengono la **presa di decisione**;
- semplificano **tematiche e sistemi complessi**;
- possono avere un **impatto positivo** sul benessere, sul soddisfacimento di bisogni psicologici di base.

Interviste: rilievi principali

“**Media literacy in times of crisis**”: gli intervistati sottolineano l’importanza della ML pensando:

- All’**accesso all’informazione**, ancora più caotico e disintermediato in un momento di crisi (sanitaria, bellica, ambientale): “isolation has led (students) to stay online even longer and this definitely created a problem related to information approach” (T2);
- Alla **diffusione dell’informazione**, evidenziando quanto sia importante - nel web sociale - la capacità di selezionare le informazioni: “information now spread via the social media, for young people, and social media are replacing the other media also dealing with information” (E3).

“**Skills necessari**, soprattutto in tempo di crisi:

- **Pensiero critico**, con un lavoro attento sull’attualità;
- La **selezione dell’informazione** (i social media come “news agency”);
- Saper agire come **autori** (prosumers);
- **Valutare i media**;
- **Comprendere come funzionano i device** (*APP economy*).

“**Giochi e videogiochi**” per promuovere la media literacy, due piani:

- **come oggetto di analisi.** Video games come medium e come codice
- **come strumenti** per lavorare su diverse tematiche (storia, sociologia, ambiente, religione ecc.).

“**Cosa funziona nei videogiochi?**”

- Il **meccanismo identificativo** con una storia o un personaggio;
- La **dimensione narrativa**;
- Il **coinvolgimento e la possibilità di essere “alla pari”**;
- Il fatto di basarsi sull’**interazione**;
- La possibilità di ripartire dall’errore:
- La presenza di **obiettivi a breve termine**;
- La necessità di **sviluppare una strategia**.

Quali proposte per prevenire la disinformazione? Alcuni esempi

Disinformazione

- Bad news
- Factitious - Pandemic edition
- iReporter (BBC)
- Go viral (COVID-19)
- Newsfeed defenders (iCivics)
- Troll Factory (Finnish Broadcasting Company)



La cornice è quella del **Pre-bunking**: un approccio preventivo che si focalizza su macro categorie alla base della disseminazione delle fake news (Sander van der Linden, Cambridge University, *Foolproof: Why We Fall for Misinformation and How to Build Immunity*, urly.it/3wwxz).

Altri esempi interessanti

- Bury me, my Love (Se mi ami, non morire): gioco d'avventura di tipo testuale
- Sars Wars sviluppato dall'università di Liegi e sperimentato in tutta la comunità universitaria
- Ukraine War Stories (tre storie vere con immagini e video dal fronte)

https://padlet.com/cremit/giochi_videogiochi_yomedia

Rilievi conclusivi

- Occorre una collaborazione tra game developer, ricercatori, studenti e insegnanti/educatori;
- Le logiche del videogioco sembrano incontrare le logiche della prevenzione della disinformazione e quelle della costruzione di competenze;
- Il videogioco diventa un nuovo spazio per la promozione di solidarietà e per la protesta e il sostegno a cause umanitarie;
- I videogiochi vengono considerati come un modo per ingaggiare e motivare i giocatori, aumentare la loro consapevolezza e migliorare la comprensione di fenomeni complessi riguardanti la salute e i comportamenti (knowledge e skills utili nella vita quotidiana e non solo su piattaforma).