



Università degli Studi di Genova
Corso di laurea magistrale interdipartimentale in
Informazione ed Editoria

Prove di accesso del 24 settembre 2018
Verbale

Il giorno 24 settembre 2018 alle h. 9,40 la Commissione designata dal Consiglio del corso di laurea si è riunita presso l'aula 8 dell'Albergo dei Poveri per le prove di accesso al corso LM in *Informazione ed Editoria* a.a. 2018-2019. Sono presenti i Professori Alberto Giordano, Maurizia Migliorini e Marina Milan (con funzioni di Presidente della Commissione stessa). Il Prof. Francesco Pierini parteciperà ai colloqui per la verifica della conoscenza della lingua inglese.

La Commissione procede alla scelta degli argomenti da assegnare per la prova scritta (v. all.ti 1, 2, 3) da svolgere in un'ora di tempo.

Alle h. 10,00 inizia la procedura di identificazione dei candidati presenti in aula: *Angelini Cosimo, Bizzarri Marta, Bognanni Alessandro, Cappone Laura, Celli Allegra, Ciardullo Alessia, De Marchi de Ross Martina, Garreffa Veronica, Micciché Matteo, Puppo Andrea, Sciacca Sara, Sobhi Hanaa, Timossi Sonia, Venturini Valeria, Znacchi Irene.*

Alle 10,15 La Prof. Migliorini esce dall'aula per altro impegno accademico e rientrerà alle h. 12 per i colloqui e la valutazione complessiva delle prove.

Alle h. 10,20 ha inizio la prova scritta che si conclude alle h. 11,20 con la consegna di tutti gli elaborati. Segue la valutazione degli elaborati, considerata positiva per tutti i candidati.

Alle ore 12 entra il prof. Francesco Pierini per partecipare ai colloqui per la verifica della conoscenza della lingua inglese.

Alle ore 12,10 iniziano i colloqui che proseguono fino alle h. 14,00.

A seguito della valutazione complessiva delle prove sostenute dai candidati la Commissione decide che *Angelini Cosimo, Bizzarri Marta, Bognanni Alessandro, Cappone Laura, Celli Allegra, Ciardullo Alessia, De Marchi de Ross Martina, Garreffa Veronica, Micciché Matteo, Puppo Andrea, Sciacca Sara, Sobhi Hanaa, Timossi Sonia, Venturini Valeria, Znacchi Irene* hanno superato la prova d'accesso e sono ammessi al corso LM in *Informazione ed Editoria* a.a. 2018-2019 (v. all.to A) con la precisazione che i laureandi dovranno conseguire la laurea triennale entro il 31 marzo 2019.

Alle h. 14,20 la Presidente dichiara chiusa la seduta.

Genova, 24.9.2018

In fede
La Presidente della Commissione
Prof. Marina Milan

Segretario
Prof. Alberto Giordano



Università degli Studi di Genova
Corso di laurea magistrale interdipartimentale in
Informazione ed Editoria

All.to A

Prove di accesso del 24 settembre 2018

Elenco dei candidati ammessi al corso LM in *Informazione ed Editoria* a.a. 2018-2019:

Angelini Cosimo

Bizzarri Marta

Bognanni Alessandro

Cappone Laura

Celli Allegra

Ciardullo Alessia

De Marchi de Ross Martina

Garreffa Veronica

Micciché Matteo

Puppo Andrea

Sciacca Sara

Sobhi Hanaa

Timossi Sonia

Venturini Valeria

Zanacchi Irene.

* Si precisa che i laureandi dovranno conseguire la laurea triennale entro il 31 marzo 2019.

Genova, 24.9.2018

In fede
La Presidente della Commissione
Prof. Marina Milan

Fake news, Facebook estende il fact-checking di foto e video

Ansa.it, 14.9.2018

Per combattere le fake news e la disinformazione Facebook espande il programma di fact-checking di foto e video, al momento possibile in 17 paesi e tra questi è compresa l'Italia che è in partnership con Pagella Politica.

"Negli ultimi due anni abbiamo fatto della lotta alla disinformazione una priorità. Ad oggi, la maggior parte del controllo si è concentrato sulla revisione degli articoli. Ma abbiamo anche lavorato attivamente per costruire nuove tecnologie e partnership in modo da poter affrontare altre forme di disinformazione", spiega Antonia Woodford, Product Manager di Facebook.

Come per le notizie, la piattaforma ha costruito un modello di machine learning che usa vari indicatori per identificare contenuti falsi, compreso il feedback degli utenti. "Molti dei nostri partner di fact-checking hanno esperienza nella valutazione di foto e video e hanno una formazione in tecniche di verifica visiva, come la ricerca di immagini inversa e l'analisi di metadati. I controllori sono in grado di valutare l'autenticità o meno di una foto o di un video combinando queste abilità con altre pratiche giornalistiche, come l'utilizzo di ricerche di esperti o agenzie governative", aggiunge Woodward.

"Sappiamo che combattere le notizie false è un impegno a lungo termine - conclude -. Mentre prendiamo provvedimenti a breve termine, stiamo anche continuando a investire in più tecnologie e partnership in modo da poter anticipare nuovi tipi di disinformazione".

Millennials : chi sono e cosa preferiscono del web?

di Roberto Naccarella Mondotecno.com, 31 agosto 2018

Millennials": è il nomignolo che viene affibbiato alla nuova generazione, o meglio ai nati tra il 1980 e il 2000. Negli USA, questa fetta di popolazione supera i 74,9 milioni di persone. Secondo le stime demografiche crescerà esponenzialmente fino ad arrivare nel 2036 a 81 milioni di persone.

In Italia i Millennials sono circa 11 milioni. Che caratteristiche hanno?

Anzitutto sono un gruppo che ama viaggiare, muoversi e non rimanere sempre nello stesso posto. Una particolarità che ben si adatta alla situazione attuale del mondo del lavoro, che (necessita e) incentiva i frequenti spostamenti territoriali e cambiamenti di ruolo e mansione. Fanno di necessità virtù : proprio a causa della lunga crisi economica e dei guadagni inferiori rispetto alla generazione precedente, privilegiano la sharing economy (esempi classici sono Bla Bla Car, Couchsurfing, ecc.).

I millennials si caratterizzano anche per un crescente multiculturalismo e liberalismo sul piano dei diritti. Ad esempio, il 65% dei giovani britannici è favorevole al matrimonio tra persone dello stesso sesso, mentre negli USA l'80% dei millennials sostiene la legalizzazione della marijuana. E soprattutto, i Millennials si rifugiano su Internet prima di prendere delle decisioni che riguardano la sfera personale, come ad esempio l'acquisto di un prodotto. Per il 90% di essi, se la recensione video si dimostra affidabile, credibile e soddisfacente, allora si può procedere all'eventuale acquisto.

Addirittura il 42% si fida più di Youtube che di qualsiasi altro mezzo promozionale. Le tematiche più ricercate? Musica su tutti (35%), ma anche tecnologia (21%) e videogame (17%).

E' infatti l'online video una delle peculiarità maggiori che investe i Millennials. Basti pensare che il 69% di loro - equamente distribuiti tra donne e uomini - guarda più di 6 ore di video online a settimana, e il 56% di questi resta connesso per più di 11 ore settimanali. La musica la fa da padrone, come abbiamo detto, ma se per le donne riveste una certa importanza il beauty (15%), i maschietti non rinunciano affatto alla tecnologia (27%) e ai videogiochi (25%). Nel futuro lo stretto rapporto con la tecnologia è destinato inevitabilmente a crescere.

La stima è che l'82% degli intervistati vorrebbe poter cliccare direttamente su un prodotto visto in un video online. Una vera e propria miniera d'oro per gli inserzionisti di ogni tipo. Una recente analisi dei dati relativi ai millennials, fornita dal Sole24 ore, indica come la maggior parte di essi non è mai stato sposato, vive in aree metropolitane, è mediamente più istruito. L'identikit perfetto del consumatore esigente e spendente.

All.to n.3

Media mock free speech

by Donald Martin and Barnett Forest County, Triblive.com 23.9.2018

The major media news outlets in this country are making a mockery of free speech by reporting over 90 percent negative news about our president. Most of this negative news puts into question how much of it is true. Fact-checking on both sides of issues reveals many different opinions — who do you believe?

The mere fact that there is so much negative news has turned me off from believing anything I see or read in the newspapers. Take, for example, that nearly 100 percent of newspapers' and TV outlets' predictions for the last presidential election were wrong. Yet the news media still post and support polling data.

Journalists have to start reporting accurate news that is verifiable to regain my trust — not state “a reliable source” provided information. If they cannot provide a source that I can verify, then they are not to be believed.