



Ruolo dei coach

- Moderare e organizzare
- Autovalutazione degli studenti
 - Tabella di auto-valutazione
 - Accaduto
 - Feedback
 - Progetto
- Feedback
 - Suggerimenti per miglioramento
 - Sottolineare ciò che funziona
- Ambiente confortevole
 - Giustificare le proprie opinioni
 - Scambio aperto

Prodotto del tavolo di lavoro sull'argomentazione di DebatelItalia:
Proff. Daniela Aliverti,
Enea Cattaneo,
Marco Costigliolo,
Matteo Giangrande,
Massimo Leone,
Stefania Radaelli.

Analisi della mozione

- La mozione nel dibattito
- Metodi diretti di analisi della mozione
- Metodo indiretto di analisi della mozione
- Implementazione concreta: tre strategie



Prodotto del tavolo di lavoro sull'argomentazione di Debatelitalia

La mozione nel dibattito



- Concetti fondamentali di:
 - Tema di discussione
 - Questione controversa
 - Mozione da dibattere

“Mozione ben formata”



- Caratteristiche:
 - Argomentabile
 - Controversa
 - Chiara e focalizzata sulla questione
 - Circoscritta
 - Interessante

Classificazione



- Mozione su:
 - Fatti
 - Valori
 - Piani d'azione

Analisi della mozione



- Metodi diretti:
 - Parole chiave
 - Stakeholders
 - Tipo di mozione
 - Analisi delle cinque “C”

Metodo delle Parole chiave



- Parole chiave
 - Descrizione ed esempi
- Argomenti per ogni parola
- Struttura della mozione

Parole chiave

Individuare le parole contenute nella mozione che hanno significanza.

Es. THBT la commercializzazione del femminismo è un bene per il movimento femminista

Parole chiave

Descrivere il significato delle parole chiave

Femminismo: La difesa dei diritti delle donne sulla base dell'uguaglianza di genere.

Commercializzazione: Il processo di gestione o esecuzione di qualcosa principalmente per guadagno finanziario

Movimento femminista: un gruppo di persone che lavorano insieme, e le campagne da loro intraprese, per promuovere le idee del femminismo

Parole chiave



Individuare casi tipici per illustrare le caratteristiche generali

Femminismo

Commercializzazione

Commercializzazione del femminismo

Movimento femminista

Parole chiave

Individuare argomenti (e contro-argomenti) pro e contro per ogni parola chiave

Femminismo

Commercializzazione

Commercializzazione del femminismo

Movimento femminista

Successivamente, individuare i **punti di scontro**

Parole chiave

L'esercizio di creare argomenti pro e contro per ogni parola chiave è utile ad esplorare la mozione, ma non **immediatamente** a dibatterla.

Attenzione a non fraintendere la mozione!!

Attenzione a ciò che la mozione chiede!

Parole chiave

Struttura della mozione

Livello non di dibattito

- Femminismo: pro o contro?
- Commercializzazione del femminismo: pro o contro?

Livello di dibattito

- Commercializzazione del femminismo è un bene per il movimento femminista: pro o contro?

Metodo “Stakeholders”

Stakeholders = parti interessate

- Individuazione
- Impatto e reazioni
- Metodo indiretto delle 5 W + H

Metodo “Stakeholders”



Individuazione degli Stakeholders

Per ogni parola chiave chiedersi:

Chi beneficia da questo?

Chi è danneggiato da questo?

Chi prende decisioni su questo?

Chi è più direttamente coinvolto da questo?

E così via...

Elaborare un elenco con tutte le parti interessate

Metodo “Stakeholders”

Individuazione degli Stakeholders

Procedere nell’individuazione...

Distinguere ulteriormente e classificare le “parti interessate”. Immaginare “casistiche”.

Donne

Donne in Yemen / donne in Norvegia

Donne ricche / donne povere

Metodo “Stakeholders”



Utilizzo del metodo ‘indiretto’ delle 5 W + 1 H

Perché “indiretto”? Perché è valido per ognuna delle strategie proposte
Perché utilizzarlo? Perché aiuta a vedere aspetti nascosti del problema...

Le questioni relative a **What?** e a **Who?** sono già state affrontate nel momento della definizione delle parole chiave, dell’individuazione degli argomenti pro-contro, e dell’individuazione degli stakeholders.

Metodo “Stakeholders”



Utilizzo del metodo ‘indiretto’ delle 5 W + 1 H

Altre questioni possono essere:

Where?

Es. Dove vediamo la commercializzazione del femminismo nel mondo reale?, Dove c'è maggiormente bisogno del femminismo? Dove ci sono situazioni simili ai movimenti femministi? Dove nel mondo la commercializzazione del femminismo è un problema? ...

When?

Es. Quando il movimento femminista è accettabile? Quando non lo è? Quando è il miglior momento per la commercializzazione del femminismo? Quando la commercializzazione del femminismo causerà un problema? ...

Metodo “Stakeholders”



Utilizzo del metodo ‘indiretto’ delle 5 W + 1 H

E ancora...

Why?

Es. Perché il femminismo è una sfida? Perché il femminismo è rilevante per x? Perché dovremmo permettere la commercializzazione del femminismo?...

How?

Es. In che modo il femminismo danneggia x? In che modo la commercializzazione del femminismo aiuta y? Come possiamo modificare il movimento femminista per il bene di z?

Who

... benefits from this?
... is this harmful to?
... makes decisions about this?
... is most directly affected?

... have you also heard discuss this?
... would be the best person to consult?
... will be the key people in this?
... deserves recognition for this?

What

... are the strengths/weaknesses?
... is another perspective?
... is another alternative?
... would be a counter-argument?

... is the best/worst case scenario?
... is most/least important?
... can we do to make a positive change?
... is getting in the way of our action?

Where

... would we see this in the real world?
... are there similar concepts/situations?
... is there the most need for this?
... in the world would this be a problem?

... can we get more information?
... do we go for help with this?
... will this idea take us?
... are the areas for improvement?

When

... is this acceptable/unacceptable?
... would this benefit our society?
... would this cause a problem?
... is the best time to take action?

... will we know we've succeeded?
... has this played a part in our history?
... can we expect this to change?
... should we ask for help with this?

Why

... is this a problem/challenge?
... is it relevant to me/others?
... is this the best/worst scenario?
... are people influenced by this?

... should people know about this?
... has it been this way for so long?
... have we allowed this to happen?
... is there a need for this today?

How

... is this similar to _____?
... does this disrupt things?
... do we know the truth about this?
... will we approach this safely?

... does this benefit us/others?
... does this harm us/others?
... do we see this in the future?
... can we change this for our good?



Metodo “Stakeholders”



Impatto e reazione

Dopo aver individuato ed elencato le “parti interessate” dalla mozione, occorre chiedersi quali sarebbero gli **impatti**, gli effetti, le conseguenze sulle parti interessate e quali sarebbero le **reazioni**, le probabili azioni di risposta delle parti interessate se la mozione venisse implementata.

Metodo “Stakeholders”

Elaborare una tabella (o una mappa) con tre colonne:

- Parti interessate
- Impatti
- Reazioni

Utile per costruire la linea argomentativa

Metodo “tipi di mozione”

Il metodo di analisi della mozione varia in base al tipo di mozione.

In particolare, occorre distinguere tra mozioni di:

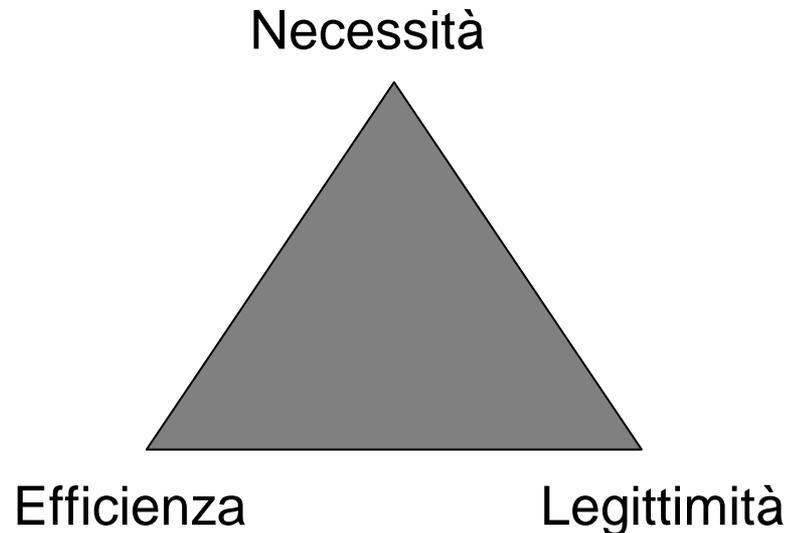
- Policy
- Valore e fatto

Metodo “tipi di mozione”

Mozione di policy

Analizzare:

- Problema
- Soluzione
- Legittimazione



Metodo “tipi di mozione”

Problema (deve evidenziare la necessità)

1. Il problema che la mozione pone **esiste**?
2. Se esiste, perché è **importante**, perché me ne devo occupare?
3. Se è importante e me ne devo occupare, quali sono le **cause**?

Metodo “tipi di mozione”

Soluzione (deve essere efficiente)

1. Qual è il modo migliore per risolvere il problema?

- Dopo aver analizzato il problema, devi proporre una soluzione, ossia un piano
- Il tuo piano deve essere efficiente, deve essere la tua migliore proposta possibile
- Il tuo piano non deve essere però l’elaborazione di un modello esageratamente dettagliato!

Metodo “tipi di mozione”

Legittimazione

1. Come **giustificare** la soluzione proposta?

Hai studiato il problema, hai elaborato la migliore soluzione possibile ma... la tua proposta è giusta? Spiega perchè lo è. Spiega perché è legittima e giustificata!

Metodo “tipi di mozione”

Mozioni di valore e di fatto

- Quali sono i **criteri**?
- Come **soddisfare** tali criteri?

Es. THBT Facebook fa più male che bene alla democrazia?

Criterio: cosa fa male alla democrazia? Cosa fa bene alla democrazia?

Soddisfazione del criterio: Perché Facebook tutela la libertà di opinione?

Perché Facebook manipola il processo decisionale?

Metodo “Analisi delle Cinque C”



- **Contesto**
Le circostanze (dove, quando) che costituiscono il setting della mozione
- **Conflitto**
Gli scontri, le incompatibilità
- **Concetti**
Ideali, valori, principi in contrasto (es. Pace vs sovranità)
- **Caratterizzazione**
Descrizione delle caratteristiche delle diverse posizioni e modi di vedere
- **Contenuti**
Informazioni

Implementazione dell'analisi della mozione



Tre strategie:

- Discussione moderata
- Lavoro di gruppo
- Compiti per casa

Discussione moderata



- Ricerca preliminare
 - Documenti di sintesi, analisi lessicale e categorizzazione
 - Condivisione su piattaforma online
- Discussione moderata in classe
 - Strategie per l'analisi della mozione (sceglierne una o più di una)
 - Parole chiave
 - Stakeholders (e 5W+1H)
 - Tipi di mozione
 - Cinque c
 - Follow-up con domande di ricerca su ciò che non è chiaro
- Ridiscussione
 - Connessione delle risposte alle domande di ricerca con la mozione
 - Condivisione su piattaforma

Lavoro di gruppo



Gruppi da 3-5 - lavoro di 1h - 1h30'

- Primi 20'-30': guidati dal capitano della squadra (importante: prendere appunti)
 - Brainstorming "silenzioso"
 - Briefing e condivisione
 - Discussione e decisione
- Secondi 20'-30':
 - Ogni gruppo: breve presentazione sulla mozione
- Ultimi 20'-30':
 - Follow-up
 - Coach propone questioni concrete
 - Costruzione degli argomenti pro-contro

“Compiti per casa”



- “Autonoma” applicazione delle strategie di analisi della mozione

Possibile schema:

1. Ricerca preliminare: lettura documenti di sintesi e acclimatizzazione al tema (analisi categoriale del lessico)
2. Analisi della mozione:
 - a. Parole chiave
 - b. Tipi di mozione
 - c. Cinque C
 - d. Parti interessate con domande critiche (5W + 1H)
3. Presentazione dell’analisi
4. Follow-up



Argomentazione



- Modello AREL
- Errori da evitare
- Osservazioni sugli esempi
- Linea argomentativa
- Impatto

Modello AREL



Affermazione

Ragionamento - Spiegazione

Evidence - Illustrazione

Link-back

Modello AREL

1. Affermazione

a. Conclusione

b. Enunciato controverso

i. Non: “La libertà di parola è importante”

ii. Ma: “Internet è più sicuro solo se c'è libertà di parola”

Modello AREL

Ragionamento - Spiegazione

Chunking:

- *Up:* deduzione
- *Down:* induzione
- *Sideways:* analogia

Evidence - Illustrazione

Elemento separato dal ragionamento

Modello AREL

Ragionamento - Spiegazione

Chunking:

- *Up:* deduzione
- *Down:* induzione
- *Sideways:* analogia

Evidence - Illustrazione

Elemento separato dal ragionamento

Errori da evitare

Astrattezza

Dalla possibilità logica non segue la validità

- concentrarsi su ciò che è probabile che accada
- **realismo, concretezza**

Fallacia naturalistica

- Legge di Hume: dal fatto (descrizione, stato di cose) non segue la norma (dover essere)
- Il cambiamento dello stato di fatto è “possibile”

Osservazioni su Evidence



- Descrizione
- Analisi
- Evitare gli estremi ma rappresentativi

Linea argomentativa



Linea argomentativa

- Verticale
- Orizzontale

Analisi dell'argomento



- Cosa si sta dicendo?
- E' vero?
- E' importante/rilevante?

Comparare gli impatti



Criteria:

- numero di persone
- magnitudo
- reversibilità - Irreversibilità
- volontarietà - Involontarietà
- breve - lungo termine
- probabilità
- strutturale - accidentale



Confutazione

- Struttura
- Strategia
- Strategia dell'opposizione



Struttura della confutazione

- Sintesi leale -> non fraintendere
- Focalizzare le parti dell'argomento
- Motivo della confutazione
- Contesto
- Scopo della confutazione

Strategie della confutazione



1. **“Non è vero”**
 - a. attaccare la tesi
 - b. Attaccare la spiegazione
 - i. Controspiegazione
 - ii. Collegamento mancante nella catena dei perché
 - iii. Errori logici → fallacie
 - c. Attaccare le evidenze
 - i. Contro-evidenze
 - ii. Evidenze più rappresentative
 - iii. Situazione sufficientemente simile
 - iv. Correlazione non è causazione
2. **“E’ vero ma solo per pochi casi”**
3. **“E’ vero ma solo per un gruppo specifico”**
4. **“E’ vero ma non è rilevante per provare la mozione”**
5. **“Riduzione all’assurdo”**

Strategia dell'opposizione



- Difensiva → mostrare che la squadra di governo ha commesso errori
- Media → mostrare che la linea della squadra di governo è dannosa
- Offensiva → mostrare che il proprio lato è il migliore

Strategia dell'opposizione



Nelle mozioni di policy:

1. Problema

- a. Negare il problema
- b. Minimizzare
- c. Analizzare cause e sintomi
- d. Problema sistemico o anomalo
- e. Accettare il problema

2. Soluzione

- a. Non è efficace
- b. E' più dannosa o controproducente
- c. Danni collaterali
- d. Contropiano

3. Legittimazione

- a. Principi differenti e alternativi