

Anno 13 • n. 2 • Settembre 2008



MEDIA inter ED media education

Associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione - 00139 Roma - Via Cavriglia 8

Per una media education a sviluppo sostenibile

di Roberto Farné

Università degli Studi di Bologna

Non facciamoci illusioni, la media education non sarà mai al passo con l'evoluzione tecnologica e culturale dei media nella società. Con questo non si vuole spegnere l'entusiasmo di chi lavora in questo campo con fervore pedagogico e competenza autentica, dentro e fuori dalla scuola, come insegnante o come animatore; né si vuole decretare l'inutilità della media education, uccisa dalla prorompente vitalità degli stessi media. Il punto è nella definizione stessa, che tiene insieme due termini, *media* e *education*, a formare un concetto che può suonare come un ossimoro: l'identità dei media è nella velocità della comunicazione, nell'impatto delle tecnologie, nella supremazia dell'immagine, nel concetto di network. L'identità dell'educazione è nella lentezza della trasmissione culturale basata sulla relazione interpersonale, sulla centralità della parola (leggere-scrivere-parlare-ascoltare) anche se si usano altri media, sullo sviluppo del pensiero astratto e della concettualizzazione.

Adriano Celentano, con la sua famosa "tassonomia televisiva" che divideva tutto e tutti secondo le categorie del "Rock" e del "Lento", ci porterebbe a dire che i media sono Rock, l'educazione è Lenta; e allora come sarebbe la media education? Un po' banalmente, forse, potremmo dire che nella scuola si cerca di "rallentare" i media, nell'extrascuola di rendere rock l'educazione. Ciò detto, per uscire dall'astrattezza degli schemi (e dal presunto valore euristico che possono avere) bisognerebbe entrare nella realtà viva delle esperienze e analizzare dei casi...

Personalmente credo che la media education non sia un ossimoro, ma piuttosto un concetto strutturalmente complesso nella sua identità pedagogica (quindi non semplificabile). Devo anche dire che non sono interessato a una media education che si "riduce" alle questioni di "ingegneria" della comunicazione didattica, essenzialmente schiacciata su nuove tecnologie che dopo pochissimo tempo non sono più nuove; e in questa continua metamorfosi finiscono per mettere fuori gioco la stessa ricerca, il cui oggetto non è più lo stesso alla fine della ricerca.

Nella scuola, per esempio, mi interessano i modi con cui i media entrano nella trama dell'esperienza educativa, diventano oggetto di una strategia didattica guidata dall'insegnante per sviluppare conoscenze e apprendimenti sui media e attraverso i media. Non sono convinto che per arrivare a questo servano sofisticate tecnologie multimediali,

spazi didattici super-attrezzati, lavagne digitali in ogni aula e lap-top su ogni banco. Non ci saranno mai, e anche se ci fossero non sarebbero di per sé garanzia di qualità pedagogica. Mi piace pensare che alla media education si possa applicare il concetto di "sviluppo sostenibile", che in parole povere vuol dire massima resa con minima spesa. Ridurre l'impatto tecnologico sulla scuola non vuol dire puntare a una scuola "francescana", ma piuttosto a massimizzare le risorse rinnovabili: un inventario delle tecnologie depositate nelle scuole, rotte e mai riparate o semplicemente divenute obsolete, darebbe probabilmente il senso a una riflessione critica su questo.

L'idea che non si possa fare media education senza strumentazioni tecnologiche sofisticate è semplicemente una aberrazione formativa di cui qualcuno dovrebbe pagare i danni, poiché qualcuno deve averla divulgata. Nella scuola dell'infanzia è più media education il fatto che ci sia un computer in sezione a disposizione dei bambini che possono fare determinati giochi didattici o guardare e manipolare le fotografie di un'uscita, o il lavoro dell'insegnante che partendo dalla narrazione di una storia letta in un libro, lavora con i bambini su un repertorio di illustrazioni che la accompagna? Una media education basata su principi di sviluppo sostenibile non nega importanza alle tecnologie, ma non le rincorre. Le piste ciclabili e le energie rinnovabili non sono l'espressione di ideologie luddiste in Olanda o in Germania, per citare due paesi dove sono particolarmente diffuse e che non mi risulta essere paesi a basso tasso di sviluppo. Si può facilmente ribattere che il problema non sussiste, poiché le scuole, ridotte come sono, non hanno nemmeno il fiato per correre dietro alle tecnologie.

Proviamo a spostare il punto di vista: se fosse la scuola a dire "No, grazie". Per esempio, se nel POF di una scuola si definisse il modello pedagogico della media education che si intende attuare puntando su strumenti e pratiche a basso impatto tecnologico e alta resa in termini di capacità critiche e comunicative. Ovviamente starebbe al gruppo dei docenti stabilire e giustificare la soglia di sostenibilità dell'impatto tecnologico. Una ecologia della media education è, forse, l'unica pedagogia sostenibile in questo campo.

Don Milani leggeva il quotidiano in classe: non si chiamava media education ma lo era, eccome se lo era!, in quella scuola parrocchiale di Barbiana.

Analizzare i media: una prospettiva sociologica

Cristiana Ottaviano

Università degli Studi di Bergamo

L'obiettivo di questo mio intervento è di focalizzare l'attenzione sulle attuali prospettive di analisi dei media, sia per la ricerca sociale sia per la *media education*; ciò sarà introdotto da una breve ricostruzione della tradizione storica dell'analisi dei media, in particolare in ambito sociologico.

Come sappiamo, lo sviluppo della *communication research* (tradizionalmente identificata con gli studi che si occupano degli effetti dei media, anche se questo aspetto non esaurisce tutta la tradizione dei *media studies*) avviene attraverso quattro fasi¹ che si sviluppano nel corso del XX secolo:

- 1) la fase degli *effetti forti* (anni '20): i media sono ritenuti molto potenti, i loro effetti immediati e prevedibili; essi agiscono efficacemente e modificano i comportamenti del pubblico, inteso come massa omogenea e passiva;
- 2) la fase degli *effetti limitati* (anni '40): avviene un forte ridimensionamento del potere dei mezzi di comunicazio-

ne, anche in reazione alla fase precedente: il pubblico possiede delle caratteristiche personali che sono in grado di attutire l'impatto della propaganda mediale e anche il contesto sociale nel quale il pubblico è collocato opera delle efficaci 'mediazioni';

- 3) la fase del *ritorno al potere forte* (anni '70): si torna a teorizzare i media come strumenti potenti in grado di determinare effetti forti; tuttavia, cambia la loro tipologia: non più influenza a breve termine sul comportamento del pubblico, ma conseguenze sul lungo periodo e di tipo cognitivo (i media, nel tempo, possono modificare la percezione e la conoscenza della realtà);
- 4) la fase degli *usi sociali* (anni '80): non si parla più di effetti, ma di 'usi sociali', cioè dell'utilizzo dei diversi media negli specifici contesti di fruizione da parte di un pubblico che non è più teorizzato come massa omogenea e passiva, quanto piuttosto come insieme di gruppi sociali con caratteristiche diverse, in grado, attraverso le

proprie peculiarità, di contribuire alla co-costruzione dei significati dei messaggi mediali.

In parallelo a questa tradizione di pensiero teorico si sviluppa anche una riflessione sulle metodologie di ricerca. La concezione di effetti forti dei media sostenuta dalla teoria ipodermica si basava principalmente sui risultati dell'analisi del contenuto o era frutto di semplici osservazioni e ipotesi, senza che vi fosse una verifica empirica. In effetti, il primo ricercatore cui si può attribuire il merito di aver applicato allo studio del pubblico dei media una metodologia sociologicamente fondata (prevalentemente quantitativa) è Paul Lazarsfeld, negli anni '40. Anche nel caso della metodologia di ricerca sui media possiamo individuare quattro momenti 'topici'.

- 1) I *Payne Fund Studies*: si tratta di un insieme di ricerche (condotte tra il 1929 e il 1932) che utilizzarono *metodi quantitativi e qualitativi* e furono caratterizzati da una prospettiva interdisciplinare, essendo realizzati da psicologi, pedagogisti e sociologi; lo scopo era di verificare scientificamente gli effetti del cinema sulle giovani generazioni. Grazie anche alle indicazioni degli studiosi della Scuola di Chicago, i ricercatori utilizzarono questionari, scale attitudinali e di acquisizione dell'informazione, scale di misurazione, ma anche tecniche prettamente qualitative come le interviste in profondità e l'osservazione partecipante. Le ricerche ottennero risultati ambivalenti e, in generale, più in contrasto che aderenti all'opinione cor-

"Voci dalla Summer 2008"

A Corvara, tutti davanti alla Tv (ma anche dietro!)

Cos'è la televisione? Che generi ci propone? Cosa ci dice? Come comunica con noi? Come accorgercene? Che attività fare in classe per analizzare i diversi elementi della produzione televisiva? E noi, potenziali media educator, cosa e come guardiamo la Tv? Queste le tante domande che insieme ad Alessia Rosa abbiamo cercato di rispondere nel nostro laboratorio, sia attraverso l'analisi di famose fiction Tv, come *I Cesaroni* e *Will e Grace*, sia attraverso il montaggio video, step ultimo di tanti progetti di media education.

Cosa ci portiamo a casa? Di ritorno da Corvara porteremo la consapevolezza che il punto di partenza per ogni progetto di analisi del mezzo televisivo è la condivisione: il primo passo è conoscere cosa i ragazzi, destinatari del progetto, effettivamente guardano. Per entrare in classe è necessario essersi immersi nella Tv per conoscere cosa effettivamente offre e "chi guarda cosa".

Inoltre, ora siamo consapevoli del fatto che lavorare con la Tv è un processo lungo e richiede strumenti tecnici e alcune competenze specifiche di utilizzo, ma siamo anche sicuri del fatto che, anche con pochi strumenti, è possibile iniziare a lavorare e anche creare un piccolo prodotto. Inoltre, porteremo con noi tanti consigli pratici su possibili attività da strutturare in classe... E grazie ad Alessia!

Valentina Percivalle

⁽¹⁾ Mauro Wolf negli anni '90 aveva proposto una periodizzazione in tre fasi (gli 'effetti forti', gli 'effetti limitati' e il 'ritorno del potere dei media'), che è poi divenuta un classico riferimento per tutti; oggi, alle tre fasi individuate dallo studioso italiano, è forse opportuno aggiungere una quarta, quella degli *Audience Studies* (definibile anche come fase degli 'usi sociali') che dagli anni '80 in poi caratterizza il dibattito tra i sociologi della comunicazione (cfr. OTTAVIANO, 2007).

rente dell'esistenza di effetti immediati e diretti, potenzialmente pericolosi, esercitati dai media sul pubblico (cfr. fase degli effetti forti). Da un lato, dimostrarono un impatto a 'breve termine' sulle emozioni, gli atteggiamenti e i comportamenti dei bambini e degli adolescenti; dall'altro, misero in luce come gli effetti variassero a seconda delle differenze individuali: risultarono rilevanti, in particolare, l'età, il genere sessuale e il *background* socioculturale. In un certo senso, si può sostenere che i *Payne Found Studies* contengano *in nuce* il superamento dell'approccio fondato su una dinamica stimolo/risposta e che, inoltre, introducano un esplicito riferimento alla funzione modellizzante attribuita ai media (cfr. terza fase degli effetti dei media), oggi unanimemente riconosciuta dagli studiosi.

- 2) *L'approccio quantitativo degli anni '40*: Paul Felix Lazarsfeld è considerato uno dei padri fondatori della *communication research* e alcuni risultati delle sue ricerche sono ritenuti acquisizioni fondamentali ancora oggi valide. È colui che propose in modo sistematico nella ricerca sociale il cosiddetto *linguaggio delle variabili*: ogni oggetto sociale – a cominciare dall'individuo – è analiticamente definito sulla base di una serie di attributi e proprietà (le 'variabili') e a queste ridotto; i fenomeni sociali sono analizzabili in termini di relazioni fra variabili. Tra le sue ricerche più significative va ricordata quella condotta nel 1940, con lo scopo di rilevare l'influenza della propaganda radiofonica e a mezzo stampa e l'influenza di contatti personali sulle attitudini politiche e le scelte elettorali in una comunità dell'Ohio. Questo lavoro è ricordato soprattutto per la 'scoperta' dei cosiddetti *leader d'opinione* e del *flusso di comunicazione a due livelli*; i leader d'opinione rappresentano quella parte di opinione pubblica che influenza il resto dell'elettorato e mostra una più attenta reattività e risposta agli eventi della campagna elettorale; costituiscono la parte di popolazione, trasversale alla stratificazione socio-economica, più attiva nella partecipazione politica e più decisa nel processo di formazione delle attitudini di voto. Oltre a questo, va sottolineato che con Lazarsfeld lo sguardo comincia a essere realmente focalizzato sul pubblico, fatto di diversi componenti, differenti per età, sesso, classe sociale, con caratteristiche psicologiche non omogenee e che vivono e consumano mezzi di comunicazione in contesti socioculturali diversi: la ricerca sul campo comincia

"Voci dalla Summer 2008"

Caro Libro, ti scrivo...

È questo il primo anno del laboratorio dedicato al libro!

Curiosità, interesse, passione per il libro, l'*old medium* per eccellenza, caratterizzano le scelte di partecipazione. Le variegate "biografie della lettura" si confrontano e si intrecciano nella narrazione dei significativi incontri con i libri, che hanno segnato e caratterizzato i passaggi importanti della nostra formazione.

L'articolazione delle attività vede momenti "alti" di riflessione e di confronto, alternati da semplice operatività: i pensieri sono rapidi, non così le nostre mani che ritagliano, incollano, scrivono, danno forma ad un progetto condiviso di libro creativo. E se la lettura è solitudine e silenzio, la costruzione di un libro creativo è un fare operoso di mani e di voci.

Parafrasando la famosa metafora di Borges, il laboratorio assume la forma di un giardino dai molteplici sentieri, dove conduttori e partecipanti intraprendono "sentieri non tracciati" con la flessibilità e l'ariosità che caratterizzano lettori allenati e curiosi.

Annarita Bini

così a coinvolgere direttamente i fruitori, anche se le tecniche sono ancora soltanto quantitative (questionario o survey).

- 3) *La svolta qualitativa dell'etnografia del consumo mediale*: a partire dagli anni '70, il dominio dell'approccio quantitativo viene 'contrastato' dalla riflessione sviluppatesi all'interno dei *Cultural Studies* e dalle ricerche applicate allo studio qualitativo del pubblico. In particolare, risulta fondamentale il modello 'encoding/decoding' elaborato da Stuart Hall, che esplicita la natura polisemica del testo e le diverse possibilità di interpretazione da parte del pubblico, in base alle diverse caratteristiche psicologiche, sociali, culturali, etniche... È dai C.S. che deriva la tradizione degli *Audience Studies*, divenuti dagli anni '80 in poi progressivamente il *mainstream* della ricerca sociale sui media. L'approccio degli A.S. si caratterizza per un'impostazione di ricerca prevalentemente di tipo microsociologico e qualitativo; gli strumenti maggiormente utilizzati sono l'osservazione partecipante, le interviste non strutturate, i *focus group* e le storie di vita, impiegando non di rado due o più tecniche diverse combinate insieme. Questa svolta è fondamentale non solo perché ha cambiato radicalmente la riflessione teorica sugli effetti dei media e le metodologie di ricerca (non più 'cosa i media fanno alla persone', ma 'cosa le persone fanno con i media' nel loro specifico contesto di vita), ma anche l'impostazione della *media education*. Con lo sviluppo della semiotica e dei C.S., infatti, si diffonde il cosiddetto 'approccio investigativo', nel quale si incoraggia l'abbandono di un'atten-

zione quasi esclusiva verso i significati testuali a favore dell'esplorazione dei significati attribuiti al testo delle diverse fasce di pubblico; ciò ha anche spinto gli insegnanti a considerare gli studenti come 'creatori di significato' e a stimolare reazioni diverse piuttosto che il conformismo consensuale.

- 4) *La riflessione più recente* (anni '90): oggi le prospettive che si aprono sono quelle di provare a tenere insieme le diverse dimensioni e i differenti approcci: non più un'analisi esclusivamente testuale, ma un'attenzione alla testualità nello specifico contesto di consumo e al pubblico che lo fruisce; non più una contrapposizione inconciliabile tra approccio qualitativo e approccio quantitativo, quanto piuttosto un utilizzo incrociato delle diverse tecniche.

Ma, ciò che viene spontaneo chiedersi è anche quanto della riflessione che abbiamo ricordato fin qui e basata sui media tradizionali sia ancora valido per il contesto multimediale che sempre più caratterizza il nostro tempo.

È necessario, dunque, aprire una piccola parentesi per descrivere alcune delle caratteristiche più salienti dei media contemporanei.

Innanzitutto, un passaggio indicativo, anche se può sembrare una semplice questione terminologica: dai *mass media* ai *media*. In genere, si ritiene che tale cambiamento sia necessario per le nuove tecnologie, spesso definite anche *new media*; in realtà, molti studiosi pensano che oggi non sia più corretto utilizzare il termine *mass medium* nemmeno per la televisione; condivido questo punto di vista e provo a spiegarne i motivi. Il ter-

mine "di massa" indica sostanzialmente due cose: che si tratta di uno strumento per molti e che mette in gioco una comunicazione a una sola direzione: da un'emittente a una 'massa' di fruitori (massa che, per definizione, è un insieme di persone omogenee e passive). Le nuove tecnologie non sono certamente di massa, non tanto perché non sono alla portata (economica, culturale...) di tutti – lo potrebbero essere, in linea di principio – quanto piuttosto perché prevedono una comunicazione interattiva, non a un'unica direzione. In realtà, come dicevamo, anche per i vecchi media è necessario abbandonare il prefisso 'mass': ciò perché si tratta di strumenti che sempre più si 'contaminano' con le nuove tecnologie (si pensi alla Tv sul cellulare o alla pay-Tv) e, quindi, ne acquisiscono la dimensione interattiva, ma anche perché, come i C.S. e gli A.S. hanno da tempo dimostrato, l'ipotesi della massa passiva non regge più: l'audience è oggi teorizzata come un insieme di pubblici diversi e attivi che collaborano alla costruzione del senso del messaggio in base alle specifiche caratteristiche personali e al contesto di fruizione. Ma continuiamo con le caratteristiche più specifiche delle nuove tecnologie (a dire il vero, in modo molto schematico). Esse si caratterizzano per:

- la *portabilità*: cellulari, palmari... non serve più stare a casa o in ufficio; questi strumenti ce li portiamo in giro.... (l'attività dei minori sfugge completamente al controllo degli adulti);
- la *personalizzazione*: si tratta di mezzi personali perché appartengono alla sfera individuale del soggetto (es. la

rubrica, gli sms dei cellulari non si fanno vedere agli altri...), ma anche perché se ne fa un uso personale, specifico per ciascuno (negli adolescenti prevale, in genere, un uso relazionale e all'interno della propria stanza; al proposito si parla di *bedroom culture*: anche in questo caso, si può sottolineare che l'attività dei minori sfugge al controllo degli adulti);

- si offrono a una generazione definibile come *multitasking*: i ragazzi soprattutto, ma non solo, fanno due o più cose contemporaneamente, utilizzano più media contemporaneamente (si pensi, per esempio, ad uno studente con un libro di scuola davanti, l'ipod nelle orecchie, il cellulare in tasca pronto a scrivere e ricevere sms e magari anche il computer acceso per chattare con amici o compagni...).
- Tutto ciò non crea semplicemente situazioni e abitudini nuove, ma richiede e sviluppa stili cognitivi nuovi...
- i fruitori non sono semplicemente tali ma diventano veri e propri *produttori*: grazie ai *tools* del cellulare, infatti, oggi i ragazzi diventano molto facilmente creatori di contenuti mediali: basti pensare alle possibilità tecniche dei cellulari di ultima generazione che permettono di creare brevi filmati da caricare e rendere immediatamente visibili su YouTube (opportunità e soprattutto rischi che la cronaca degli ultimi mesi ha spesso evidenziato...).

Date queste caratteristiche, cui si aggiunge anche un consumo di vecchi media prevalentemente individuale, si prefigurano nuovi compiti per la *media education* (Rivoltella, 2007). Si tratta, per

esempio, di promuovere un *consumo condiviso*, di creare cioè contesti in cui l'uso dei media sia il più possibile sociale (con una metafora potremmo dire: dalla *bedroom culture* alla *social culture*); inoltre, se i ragazzi non sono più solo fruitori entra in crisi il paradigma della lettura critica e diventa necessaria un'educazione critica alla scrittura, alla produzione mediale e multimediale, una formazione che è sia estetica sia di responsabilità etica).

Anche se non dobbiamo per forza condividere l'idea che sia necessario parlare di una nuova *media education* o di una *multimedia education*, non c'è dubbio che gli educatori debbano assumere il fatto che oggi il panorama mediale è cambiato e continuamente si trasforma: dunque, devono di necessità trasformarsi anche le competenze e le attenzioni educative e formative.

Per il futuro, dal mio punto di vista si presenta una duplice sfida: quali i metodi di ricerca più opportuni per cogliere al meglio questa nuova dimensione del fruitore che diventa anche produttore mediale? E quali conseguenze ha tutto ciò per la *media education*?

Sul primo aspetto, mi pare di poter dire che almeno in Italia la ricerca arranchi un po': a livello di pubblicazioni non esistono particolari riflessioni specifiche, anche se è molto probabile che qualche ricercatore si stia dando da fare di questi tempi (per esempio, sono in corso lavori specifici presso l'Osservatorio sulla Comunicazione dell'Università Cattolica di Milano, oppure si possono vedere le ricerche sul cellulare svolte in Canada, con metodi tradizionali ma utilizzati in modo innovativo, da André Caron e Letizia Caronia, di cui trovate qualche traccia anche su InterMed di giugno 2008). È tuttavia altrettanto probabile che quando nuove metodologie saranno messe a punto e, soprattutto, saranno rese disponibili al grande pubblico, i fenomeni mediali potrebbero essere nuovamente cambiati... È la sfida di un mondo che evolve spesso più in fretta di quanto noi riusciamo a riflettere: l'invito ai *media educator* è di muoversi in autonomia, senza aspettare il mondo della ricerca.

Riferimenti bibliografici

- B. GASPARINI - C. OTTAVIANO (a cura di), *Analizzare i media. Tecniche di ricerca per la comunicazione*, FrancoAngeli, Milano 2005.
- C. OTTAVIANO, *Un secolo di media. Introduzione alla sociologia dei mezzi di comunicazione*, Unicopli, Milano 2007.
- P.C. RIVOLTELLA, *La media education, fra tradizione e sfida del nuovo*, "Scuola e didattica", aprile 2007.

"Voci dalla Summer 2008"

Cinema e libertà

Il laboratorio è stato uno spazio e un tempo di libertà, in un clima di densa collaborazione e di assoluta sospensione del giudizio. Ciò che ha più colpito è stata la scoperta degli innumerevoli segni e segnali disseminati nei testi filmici che abbiamo visionato, innumerevoli simboli e metafore da interpretare assieme, ma anche, prima di tutto, da fruire esteticamente, senza necessariamente farsi premere dall'urgenza della spiegazioni.

Il filo conduttore del laboratorio è stata la relazione: cercata sullo schermo, cercata tra di noi, per apprezzare come sia possibile costruirla assieme e quante svariate facce essa possa assumere quando persone uniche sullo schermo e persone uniche in platea si incontrano e cominciano ad interagire. Il testo filmico, soprattutto quando le vicende narrate sullo schermo riguardano temi educativi e formativi, spesso dal forte spessore esistenziale, sa promuovere un viaggio interiore che smuove i vissuti e invita a mettersi in gioco sull'onda dei pensieri, ma anche e forse soprattutto delle emozioni.

Elena Lo Faro, Piera Maresca, Spartaco Vitiello, Claudia Spanò, Donatella Babetto, Maria Filomia, Mariapina Frasca, Alberto Agosti

La scuola nel cinema: il cuore o la testa?

Carlo Tagliabue

Centro Studi Cinematografici

Sgombriamo subito il campo da ogni eventuale equivoco che potrebbe fuorviare qualsiasi considerazione in merito: a una eventuale presenza, come unità narrativa e tematica a sé stante, della scuola all'interno del cinema. Tale eventuale presenza, di fatto, non ha rappresentato – e non rappresenta – un genere cinematografico. Certamente, il mondo della scuola, come tanti altri universi appartenenti alla *realtà*, ha costituito materia di racconto, paradigma sociale, momento di confronto, di riflessione e di analisi nelle sue modalità di proposta ideologica e storica. E questo, fin dagli inizi della storia del cinema.

Se ci limitassimo al solo cinema italiano delle origini, ci accorgeremmo che c'è un testo letterario – curiosamente quasi coevo alla nascita del cinema stesso – che, per decenni, è stato adottato come libro scolastico: *Cuore* (1886) di Edmondo De Amicis. Perfetto rappresentante di quella società umbertina postrisorgimentale, moralista, non esente da un certo patetico paternalismo falsamente egualitario, il libro di De Amicis ha avuto indubbiamente una sua funzione in un Paese che cercava di costruirsi una propria identità culturale e nazionale. C'è da aggiungere, comunque, che lo stesso De Amicis non nascondeva alcune perplessità attorno a

tale operazione letteraria. In alcuni suoi appunti, scritti mentre stava completando la stesura definitiva di *Cuore*, osservava, a proposito del suo stile e dei suoi contenuti: "Un manzonismo annacquato, senza coraggiose affermazioni (...), un tirar sempre al cuore a tradimento, quando si dovrebbe tirare alla testa".

Parole, queste, quanto mai appropriate soprattutto per i due termini *cuore* e *testa*, attorno alle quali, possiamo dire, si misurerà il confronto con tutti quei film che avranno come oggetto della loro indagine l'universo scolastico.

Il cinema delle origini, dal canto suo, sempre alla ricerca di storie capaci di attirare l'attenzione del pubblico, non poteva non attingervi proprio nel periodo del cosiddetto cinema muto, soprattutto portando sullo schermo i vari racconti che scandivano quest'opera. Ecco i titoli: *Il tamburino sardo* (1911), prodotto dalla Cines, *La piccola vedetta lombarda* (1915) e *Tamburino sardo* (1916) di Vittorio Rossi-Pianelli; *Sangue romagnolo* (1916), *L'infermiere di Tata* (1916), *Il piccolo scrivano fiorentino* (1916) e *Il piccolo patriota padovano* (1916) di Leopoldo Carlucci; *Naufragio* (1916), *Dagli Appennini alle Ande* (1916) e *Valor Civile* (1916) di Umberto Paradisi.

Se volessimo trovare, prima di arrivare

alla produzione cinematografica e televisiva contemporanea, un tratto comune di questo *non-genere* cinematografico, potremmo affermare che i film in questione sono accomunati da una sorta di vocazione all'ottimismo e allo scioglimento in senso positivo di tutte le tensioni presenti all'inizio del *plot*: in altri termini, l'immagine finale che si ha della scuola è, nella quasi totalità dei casi, inserita in un contesto un po' edulcorato, dove la logica dominante è quella di un *happy ending* narratologicamente saturo e senza possibili ambiguità. Gli esempi, a questo proposito, sono numerosi. Potremmo citare *Addio Mr. Chips* (1939) di Sam Wood, *Il seme della violenza* (1955) di Richard Brooks, *La scuola della violenza* (1967) di James Clavell – tutti film, pur ambientati in contesti diversi, ma accomunati da una visione positiva di fondo, incarnata da un professore tutto dedito a una missione difficile, ma non impossibile –, fino a *L'attimo fuggente* (1989) di Peter Weir, opera certamente ben costruita dal punto di vista drammaturgico, ma piuttosto ingenua da quello ideologico.

Come dicevamo, ci sono delle eccezioni. La più rilevante è rappresentata da *Zero in condotta* (1933) di Jean Vigo, opera talmente rivoluzionaria nel rappresentare la rivolta all'interno di un collegio francese, da essere sottoposta prima a dei tagli e poi all'interdizione dalle proiezioni pubbliche. La carica distruttiva e anticonformista di questo film contro il perbenismo borghese sarà anche la fonte di ispirazione di un'altra opera controcorrente di qualche decennio successivo: *If* (1969) del regista inglese Lindsay Anderson. Memorabile il suo finale: sul tetto del college, gli studenti ribelli aprono il fuoco contro tutti i rappresentanti, convenuti per la festa della scuola, di un *establishment* sociale conformista e repressivo.

Il cinema italiano è anch'esso inserito in quella linea idealistico-ottimista cui accennavamo. La scuola, pur con i suoi problemi, risulta essere o un luogo dove si *educa* e dove irreprensibili insegnanti, con abnegazione, danno il meglio di sé per formare le generazioni future, oppure un incidente narrativo per raccontare dell'altro. In questo modo, nel 1946, Re-

"Voci dalla Summer 2008"

Sto caricando!

A chi capita di vedere le foto scattate durante il laboratorio sui videogiochi, condotto da Massimiliano Andreoletti e Anna Ragosta, si potrebbe chiedere cosa stessimo realmente facendo. Pantaloncini e scarpe comode, pronte ad essere messe da parte per rimanere a piedi nudi: questa era la tenuta del gruppo.

Tanto divertimento e risate durante le prove di gioco con la Wii, la nuova console della Nintendo, che hanno risvegliato in noi una sana competizione e hanno fatto muovere ogni singolo muscolo del nostro corpo... Strano per essere "solo" dei videogiochi! In una giusta commistione tra teoria e pratica, abbiamo cercato di produrre una definizione del termine videogioco, partendo dall'analisi delle formulazioni più o meno recenti elaborate da vari studiosi.

A conclusione del percorso tutti ci sentivamo un po' doloranti per l'esercizio fisico, e contenti perché abbiamo scoperto che i videogiochi non solo non fanno male ma che possono essere considerati degli strumenti didattici, utilizzabili per scopi formativi.

Marta Mingrino e Emiliano Grisolia

nato Castellani firma *Mio figlio professore*, un film dove un noto liceo romano fa da set per una vicenda crepuscolare tra un padre bidello e un figlio diventato docente nella medesima scuola; nel 1947, abbiamo un'altra edizione di *Cuore*, con un paterno Vittorio De Sica nei panni del maestro Perboni; del 1954 sono due film: il primo, *Scuola elementare* di Alberto Lattuada, una rivisitazione un po' nostalgica del ruolo dei maestri e della loro vita tutta spesa per gli alunni; il secondo, *Terza liceo* di Luciano Emmer, una garbata commedia che ha per protagonista una classe alla vigilia della maturità, dove, alla fine, tutto si ricomponeva seguendo un ordine sociale e culturale senza eccessivi scossoni.

Come si vede da queste rapide annotazioni, la presenza dell'universo scolastico all'interno del cinema non è marcata. Solo recentemente – dagli anni Novanta in poi – ha preso piede, all'interno del cinema italiano, una presenza di quello che è stato definito il filone scolastico-adolescenziale. E questo, non solo per quanto riguarda il cinema, ma anche buona parte della fiction televisiva.

La prima domanda che ci possiamo porre di fronte a tale fenomeno è: perché? La prima risposta potrebbe risultare scontata: gli adolescenti rappresentano la popolazione cinematografica più consistente; realizzare film che hanno per oggetto tale universo significa costruire delle storie per un target che garantisce un successo sicuro. Infatti, queste opere, con poche eccezioni, sono state tutte di larghissima presa spettacolare. Basterebbe solo pensare ai 24 milioni di euro incassati da un film come *Notte prima degli esami* dall'opera prima di Fausto Brizzi. Una seconda domanda – più complessa e maggiormente articolata nella sua risposta – è: ma questi film rappresentano davvero il mondo della scuola contemporaneo?

Senza scendere in un'analisi dettagliata di ogni singolo film, potremmo affermare che buona parte della produzione in oggetto si muove su una linea che ha come referente narrativo di fondo la commedia, ma una commedia distante anni luce da quella cosiddetta *all'italiana*, che costruisce un documento antropologico irrinunciabile per capire un'epoca della nostra storia recente e che si basava su di un lavoro di sceneggiatura di altissimo livello. Di fatto, la stragrande maggioranza degli ultimi film che si sono occupati del mondo della scuola seguono una logica di racconto stereotipata, in cui l'elemento *adolescenza* sembra accomunare alunni e insegnanti, adulti e ragazzi, in una confusione e omologazione di ruoli,

“Voci dalla Summer 2008”

Alice nel paese della fotografia

Il laboratorio di fotografia? Un viaggio in un'altra dimensione. Ci si sente come Alice nel Paese delle meraviglie perché, a guardar bene le fotografie, ti accorgi che un albero non è veramente un albero, il cielo non è più semplicemente il cielo e le persone che ti guardano mute dalle pagine dei giornali dicono più cose di tante altre in carne ed ossa. La ricerca del nostro coniglio bianco ci porta persino nel mondo dell'automobilismo dove macchine immobili, grazie alle tecniche fotografiche, sfrecciano veloci sulla carta patinata. Un solo avvertimento per chi volesse entrare in questo mondo magico: attività come nutrirsi, riposare dopo pranzo o dormire sono considerate superflue.

E come lo scrittore Lewis Carrol scrisse *Alice nel paese delle meraviglie*, anche noi come gruppo di fotografia abbiamo scritto le nostre storie, fantastiche, ironiche, intricate... usando come penna la macchina fotografica. Eh sì, perché la fotografia è anche uno strumento di scrittura, visto che ogni immagine racconta ed evidenzia particolari. Fotografare significa narrare, giocare, documentare, ironizzare, pensare, progettare, riflettere. Un'immagine fotografica è incontro, emozione, denuncia, memoria, sogno. E così, come Alice, anche noi siamo partite per questo mondo fantastico.

Tiziana Venturi e Donatella Babetto

dove tutto viene vissuto in maniera epidermica e prevedibile.

In questo modo, in un film come *La scuola* (1996) di Daniele Luchetti, la classe diventa il collegio dei professori, con le loro piccole o grandi tensioni esistenziali, stemperate in una chiave narrativa da commedia agrodolce; una sorta di fotocopia dell'universo immaginato dei loro stessi alunni. Tale cifra giovanilistica si ritrova in maniera ancora più marcata nei due film di Gabriele Muccino *Ecco fatto* (1998) e *Come te nessuno mai* (1999), ambedue sentimentalistici e un po' oleografici, che tirano al cuore e non alla testa, come direbbe De Amicis. La fiction televisiva, dal canto suo, si è mossa sulle medesime linee di tendenza del cinema, mantenendo anche la stessa ambientazione romanocentrica: vedi le produzioni seriali *I ragazzi della 3^a C* (1985-1989) di Claudio Risi, *I liceali* (2008) di Lucio Pellegrini, *Provaci ancora Prof.* (2005-2008) di Rossella Izzo.

Come dicevamo, tuttavia, esistono delle eccezioni, rappresentate da alcuni film dove il racconto cinematografico viene maggiormente articolato e dove le psicologie dei vari personaggi vengono scolpite con maggiore credibilità. Ci riferiamo ad opere come *Ovosodo* (1997) e *Caterina va in città* di Paolo Virzì, oppure – e soprattutto – a *Del perduto amore* (1998) di Michele Placido, film in cui la Storia entra prepotentemente nel mondo della scuola e quest'ultima diventa luogo privilegiato di emancipazione sociale e civile.

Probabilmente, la difficoltà di raccontare

in maniera convincente e realistica il mondo dell'adolescenza deve fare i conti con la rappresentazione di un universo difficile da decodificare e rappresentativo, forse più di ogni altro, di una società che ha smarrito molti punti di riferimento certi. Per questo, paradossalmente, i film che hanno testimoniato in maniera credibile e oggettiva tale universo sono quelli che hanno avuto come oggetto la scuola elementare. Non a caso, quello che pensiamo sia il miglior film realizzato sul mondo della scuola in Italia resta ancora *Diario di un maestro* (1972) di Vittorio De Seta. Tratto dal libro *Un anno a Pietralata* di Albino Bernardini, quest'opera è, senza dubbio, la più convincente e sincera nel rappresentare i lati oscuri e le annose problematiche relative all'istruzione primaria nel nostro Paese, insieme a *Io speriamo che me la cavo* (1992) di Lina Wertmüller: due film, questi, ai quali va aggiunto – anche se non italiano – *Gli anni in tasca* (1976) di François Truffaut, opera paradigmatica e ricchissima di spunti di riflessione attorno a un universo non ancora contaminato – e per questo ancora spontaneo e sincero – come quello dell'infanzia, che si contrappone, in maniera smagliante, a quello degli adulti in forza di una sua logica disarmante, lontano da compromessi di sorta, coerente con se stesso.

Sempre Truffaut diceva – e questo, forse, spiega l'attendibilità di tali film che hanno come oggetto la scuola elementare: “Credo che tutto ciò che facciamo nella vita dipenda dalla nostra biografia infantile, dai nostri primi dodici anni di vita”.

Alla scoperta del World Summit on Media for Children 2010

Intervista al Direttore Per Lundgren

Dottor Lundgren, lo scorso luglio Lei ha partecipato alla XVII Summer School di media education a Corvara. Quali sono state le sue impressioni sulla settimana?

È stata una magnifica esperienza, con workshop e attività sia creative, sia analitiche. In tale soggiorno mi è stata offerta l'opportunità di parlare del prossimo World Summit che si terrà in Svezia, a Karlstad, nel 2010. Colgo l'opportunità di questa intervista per ringraziare tutti i miei amici italiani, il gruppo direttivo e progettuale del MED, i ricercatori, i media educator e i professionisti dei media per la loro ospitalità e sono convinto che abbiamo avviato un processo di collaborazione. Con la Presidente del MED Gianna Cappello abbiamo già condiviso la volontà di portare la Summer School in Svezia nel 2010 per renderla aperta a tutti!

Come vorrebbe che i media educator italiani e tutti i lettori di InterMed interagissero fin d'ora con il World Summit?

Nel sito www.wskarlstad2010.se/topics.php (login: summit2010) i lettori di questa newsletter possono presentare proposte di attività al Summit fino a settembre 2008. Vi invito tutti a condividere sul sito i vostri progetti di media education, ricerche in corso e "buone pratiche" sui media, ecc.

Quale sarà l'argomento centrale del Summit?

Abbiamo scelto come tema centrale: *Cambiamenti nel mondo della comunicazione dei giovani*. E abbiamo diviso questa macroarea in cinque principali argomenti, usando come linee guida alcune domande:

1. Comunicazione al servizio del cambiamento: *Dal tuo punto di vista, come può la comunicazione veicolare il necessario cambiamento sociale?*
2. Educazione e sviluppo dei bambini (e dei giovani in generale): *L'alfabetizza-*

zione ai media e i media per l'educazione come possono "fare la differenza"?

3. Responsabilità etiche e sociali: *In un mondo dove i media non sono regolamentati, come può migliorare la qualità dei media per bambini e ragazzi?*
4. Economica, politica e leggi: *Dal punto di vista di un bambino e di un giovane, quali provvedimenti e quali passi devono essere intrapresi per raccogliere la sfida del mondo dei media oggi?*
5. Creazione del contenuto digitale da parte di bambini e ragazzi: *Cosa accade quando i giovani sono in grado di creare contenuto digitale per i media (...con attenzione a valori fondamentali come giustizia, uguaglianza, inclusione e dialogo culturale)? Come può il mondo dei media di oggi e di domani guadagnare qualità dalla creazione di contenuto digitale da parte dei giovani? Come possono i bambini e i giovani del mondo aiutare a diffondere l'abilità di creare contenuti digitali?*

Quali tipi di attività sono pianificate nel Summit?

Pianifichiamo l'attività spaziando dalle relazioni alle migliori produzioni dei professionisti dei media, a seminari a cura di ricercatori con presentazioni e discussioni di nuovi studi sul benessere dei bambini nel rapporto coi media, a workshop sulle produzioni giovanili e presentazioni unite a esperienze culturali come musica, danza e teatro. Abbiamo anche pianificato gli Atti per documentare i principali contributi dei partecipanti e le note dei relatori del Summit 2010.

L'organizzatore dell'evento è la città di Karlstad, ma l'Università di Karlstad con il Dipartimento di studi sui media e la comunicazione è il principale partner, nonché luogo d'incontro. In quale modo ciò rafforzerà il Summit?

La scelta dell'Università di Karlstad come luogo d'incontro offre la tecnologia per presentazioni e attività interattive, oltre a risorse on-line per comunicare; raccoglie anche studenti, professori e ricercatori impegnati a preparare, realizzare e seguire l'evento.

Gli adolescenti come possono partecipare?

Gli adolescenti possono partecipare in molti modi: workshop, presentazioni di prodotti per giovani, seminari, ecc. Consigliamo loro di contattare l'organizzazione mediale più vicina, o la scuola, e andare sul sito www.wskarlstad2010.se per compilare il modulo nella pagina iniziale ed esprimere suggerimenti riguardo al Summit.

Quali sono le sue aspettative per il Summit 2010?

Penso che sarà un Summit per 2000 delegati di 100 diversi paesi, che ci preparerà insieme a bambini e giovani a un nuovo mondo dei media nel XXI secolo. Io credo che con l'impegno e il supporto del movimento internazionale del Summit possiamo creare insieme un nuovo format di conferenza mondiale con opportunità di lavorare "in rete", per condividere opinioni, esperienze e professionalità... Per aumentare la qualità dei media per i bambini, per sviluppare una alfabetizzazione dei media e per accogliere cultura.

Le attività possono anche essere preparate contemporaneamente in differenti luoghi del mondo, contribuendo e interagendo attraverso il World Summit Daily Webzine, sempre disponibile sul nostro sito.

Benvenuti, allora, per iniziare i vostri preparativi in vista del World Summit del 2010!

(intervista e traduzione di **Alessandra Nasini**)

Media education con il libro: un'esperienza nella scuola primaria

Tina Mastrogiacomo

Scrive David Buckingham che “non c'è neppure alcuna ragione per cui le forme più tradizionali come i libri non possano essere considerati «media», dal momento che anch'essi forniscono rappresentazioni e versioni «mediate» del mondo”¹. Questa convinzione anticipa sostanzialmente l'esperienza laboratoriale vissuta in due classi quinte della scuola primaria “L. Tempesta” di Ariccia, che ha portato alla realizzazione di un percorso inconsueto, per lo meno nel panorama della media education, finalizzato a valorizzare il libro come strumento «mediale», senza tralasciare il fascino e il valore dei mezzi informatici.

Secondo considerazioni comuni, il libro rappresenta per i bambini di oggi uno dei media meno attraenti. Eppure la

quantità di pubblicazioni di letteratura per l'infanzia non è certamente marginale, tanto che spesso diventa difficile, per gli insegnanti, operare delle scelte.

L'esperienza che metto in comune vuole provare come, ancora oggi, il libro conservi un tipo di fascino e offre modalità di apprendimento che non lascia indifferenti i bambini. Il senso di tale percorso non è certamente di opposizione tra libri e nuovi media, quanto, piuttosto, quello di integrarli. La finalità, ovvero, l'intento generale del lavoro è stato quello di unire alla conoscenza formale delle strutture dei linguaggi e alla capacità di analisi e di comprensione dei testi (sapere), la capacità produttiva concreta (saper fare) e quella di riflessione critica (sapere essere) in tutte le dimensioni – sociale, emotiva, affettiva.

Nell'iter formativo, gli obiettivi educativi delineati in sede di programmazione hanno avuto come presupposto quello di favorire un incontro piacevolmente ravvicinato con il libro, proponendo tale contatto in modo nuovo, decisamente sotto forma ludica e soprattutto con la concreta esperienza di produzione. Così, oltre a tutti gli elementi strutturali affrontati mentre si leggeva il testo, funzionali a portare avanti la programmazione canonica – l'ascolto, la comprensione, la grammatica, la sintassi, la logica, i riferimenti spazio/temporali, il riconoscimento della strutturazione di un testo – si sono giocosamente valorizzate le conoscenze pregresse (linguaggio del fumetto con stretto collegamento alla punteggiatura e alle onomatopее). Ma la sfera su cui si è prestata ulteriore attenzione è stata quella emotiva, il passaggio da ciò che proviene dall'esterno a ciò che sento dall'interno e riesco a comunicare: quindi, è emerso il valore affettivo del libro, la dimensione sociale e di collaborazione per realizzare insieme qualcosa, la considerazione del lungo processo, dalla fase di scrittura fino a quella di pubblicazione e della necessaria condivisione per produrre i libri che normalmente vediamo in libreria.

Un bambino in merito ha esclamato “Per fare un libro ci abbiamo impiegato due mesi!”. La dimensione temporale sollevata e valutata dai bambini è stato un ottimo spunto per inserire l'utilizzo attivo e creativo delle tecnologie usate spesso per giocare, ma validissime anche per realizzare qualcosa con maggiore precisione e velocità.

Diverse sono le fasi che hanno caratterizzato questo percorso, ma il momento della presentazione del lavoro rimane quello più emozionante, poiché è come il momento in cui si raccolgono dopo aver a lungo seminato. “Che belli!”, “Li abbiamo fatti noi”, “Ne facciamo un altro questa volta la storia la scriviamo noi”, “Perché non lo vendiamo e il ricavato lo diamo in beneficenza?”. Queste alcune delle considerazioni raccolte a caldo mentre sfogliavano i libri e nel questionario conclusivo.

“Voci dalla Summer 2008”

La Summer di Corvara, ovvero il “Grande Brainstorming”

Si sa, le idee, quelle buone, sono schive, imprevedibili, dispettose. Forse perché femmine, amano essere corteggiate, desiderate, attese, ma poi non sempre si presentano. Per nascere pretendono condizioni “climatiche” ben precise, un certo humus, quel certo ambiente, la giusta temperatura, ma poi decidono loro se, come e quando venire alla luce.

E così capita che alle 2:35 di notte, quando un impellente bisogno fisico ti costringe a lasciare il tepore delle coltri, ti si affacci prepotente quell'idea che da giorni inseguivi vanamente sulle sudate carte; e allora, addio sonno. Ecco, la Summer School di Corvara rappresenta il microclima perfetto per la nascita delle idee. E non penso tanto alle temperature polari che quest'anno hanno impedito ai nostri neuroni di sudare. Penso al microclima interno ai laboratori, al fermento creativo che permetteva il proliferare delle idee, al benessere dei corsisti che si divertivano a lavorare durante la pausa pranzo o nelle ore notturne.

Abbiamo vissuto per una settimana in una sorta di “grande brainstorming”, producendo un'incredibile quantità di idee, non tutte buone, non tutte realizzabili, ma poco importa, all'inizio un sano brainstorming deve solo produrre idee in quantità. Poi un po' con la competenza e la disponibilità dei docenti, un po' con i consigli degli altri corsisti, abbiamo esaminato queste idee, scartato le meno buone, provato a realizzare quelle che ci sembravano migliori. Quando sabato ho seguito la presentazione dei lavori prodotti nei vari laboratori, sono rimasta davvero impressionata dalla creatività che sprigionavano.

Cristina Basso

⁽¹⁾ D. BUCKINGHAM, *Media education. Alfabetizzazione, apprendimento e cultura contemporanea*, Erickson, Trento 2006, p. 21.

“Voci dalla Summer 2008”

Tg in classe

Ascolto, scrittura, scelta della notizia, ripresa, registrazione delle voci, montaggio. È così che nasce un servizio del Tg. Notiziabilità, vicinanza, curiosità, eccezionalità sono i criteri guida che condizionano la scelta della notizia. Il gruppo del laboratorio *Telegiornale in classe* ha realizzato due servizi giornalistici, uno destinato a un pubblico adulto e l'altro ai ragazzi.

Semplificazione del linguaggio e scelta della notizia “speciale” hanno caratterizzato la creazione del servizio del *GT Ragazzi*. Le corsiste, giornaliste in erba, si sono cimentate a rendere il tutto accattivante e divertente. Infatti, un'attenzione particolare è stata rivolta al linguaggio, che non deve essere facile, ma semplice, chiaro ed accessibile.

Lucia Petroni e Emanuela Pucci

Aggiungo, inoltre, che è nato veramente un nuovo libro non propriamente con un'unica storia, ma con una raccolta di storie scritte autonomamente dai bambini e intitolata “Questa volta la storia la scriviamo noi”.

Per quanto attiene il corpo docente, questo laboratorio di media education è stato una partita “giocata in squadra”. La disponibilità nella divisione dei compiti, la flessibilità oraria, la collaborazione nel rivedere il percorso, considerarlo, incoraggiarlo, non poteva essere un lavoro che come singolo docente potevo portare avanti. Il team ha preso parte in ogni fase da quella di progettazione a quella di valutazione, e ha considerato proficuo e valido il percorso sviluppato, seppure di complicata realizzazione per costi e mancanza di strumenti.

Il percorso effettuato

La metodologia di tipo partecipativo e dialogico, ha caratterizzato gran parte delle fasi di lavoro, di seguito brevemente delineate.

Innanzitutto è stato somministrato un questionario iniziale semistrutturato e anonimo, atto a rilevare in modo più dettagliato che tipo di contatto ci fosse con i libri, al di là di quelli scolastici. I risultati emersi dal questionario sono interessanti, ma l'elemento più curioso è legato al significato dato al libro, poiché spesso viene regalato dai nonni e, dunque, ha valore affettivo.

In seguito, è stata proposta la lettura di una parte della storia “Partita con il ladro” (di L. Macchiavelli, Ed. Piccoli), la cui scelta è stata determinata alla luce di criteri molto vicini al vissuto dei bambini in questione:

- sfondo interculturale, poiché nelle classi sono presenti bambini provenienti da altre culture;
- il valore dell'amicizia e del gruppo (particolarmente sentito dai bambini nell'ultimo anno di scuola primaria).

La scelta di leggere una sola parte della storia, per consentire ai bambini di formulare ipotesi di conclusione, ha alimentato sia il desiderio di confrontare le varie ipotesi, sia quello di ascoltare la storia per scoprire la conclusione definitiva del testo. La storia, poi, è stata scompaginata e ad ogni bambino è toccata una parte della storia che ha dovuto incollare su un cartoncino, dando origine così al gioco del riordino cronologi-

co della storia stessa. In questa fase era necessario ricordare bene la storia per collocarsi correttamente su un'immaginaria linea del tempo.

Dopo aver riordinato le parti della storia, i bambini sono stati suddivisi in tre gruppi; ogni gruppo ha dovuto scegliere il nome da assegnare al proprio capitolo. Al termine solo un membro rappresentante ha riferito agli altri gruppi il titolo scelto e le motivazioni di tale scelta.

Dopo il lavoro di gruppo ognuno ha rappresentato con un fumetto la parte di storia affidata, cambiando così il codice da quello verbale scritto a quello illustrato con fumetto. Le immagini e i fumetti realizzati sul cartoncino sono stati acquisiti al computer tramite uno scanner (da mezzo analogico a strumento digitale). Tale lavoro è stato eseguito singolarmente da ogni bambino.

L'impaginazione del libro con le immagini ha visto marginalmente la partecipazione dei bambini a causa di oggettive carenze strutturali, mentre la stampa e la rilegatura sono state affidate a strutture esterne alla scuola.

La presentazione del libro ha riscosso grande entusiasmo. Inizialmente, è stato presentato il libro ottenuto dalla rilegatura di tutti i cartoncini; ogni bambino ha posto la firma sul proprio disegno cercando così di personalizzare il lavoro. Subito dopo è stato presentato il libro ottenuto dall'acquisizione delle immagini. In questa fase ho lasciato che i libri realizzati fossero guardati, toccati, sfogliati dai bambini stessi, i quali con grande stupore commentavano il lavoro realizzato. Oltre alle emozioni espresse, i bambini hanno avanzato delle riflessioni di comparazione tra i due libri ottenuti, in merito alla diversa qualità delle immagini, alla grandezza dei fogli e alla precisione del lavoro realizzato. Si sono resi conto che i possibili ritocchi realizzati col computer, non si sarebbero potuti effettuare senza il preliminare lavoro sul cartoncino fatto manualmente da loro stessi.

Il questionario conclusivo è stata l'ultima tappa del percorso, i cui risultati hanno dato esiti incoraggiati per riproporre tale attività. Positiva anche la considerazione espressa dai genitori in merito al processo effettuato e al prodotto realizzato.

“Voci dalla Summer 2008”

Può una produzione audiovisiva avere effetti farmaceutici* e cambiarti la vita?

Si sta diffondendo ormai in tutta Italia, e perfino oltre gli estremi confini nazionali, una notizia che potrebbe finalmente portare ottimi benefici alla vita di tutti noi: pare che la partecipazione al laboratorio sulla produzione video della Summer School, condotto da Luciano Di Mele, non solo provochi significativi effetti farmacopsico-terapeutici, ma addirittura possa cambiare positivamente la vita di chi vi abbia preso parte.

Volendo controllare la veridicità queste voci, ci siamo recati direttamente sul posto e abbiamo testato personalmente che è proprio così.

Lucia Salmaso

* Farmaco: sostanza capace di provocare in un organismo modificazioni funzionali, mediante un'azione chimica o fisica.

Media education e diritti dei bambini

Matilde Pettinelli

Ciò che rende l'esistenza preziosa e piacevole sono solo i nostri sentimenti e la nostra sensibilità.
(H. Hesse)

Ho cominciato a maturare l'idea di lavorare su un progetto fotografico assieme ai miei alunni della Scuola Media "C. Sabatini" di Roma esattamente un anno fa, durante la Summer School, osservando e ascoltando Angela Castelli. Lei sa tutto e soprattutto ricorda ogni cosa che riguarda la fotografia, dai nomi, alle date, alle città che hanno tenuto o terranno delle mostre. Insomma, quando Angela parla riesce ad attaccare il "virus dell'obiettivo", ed è così che mi ha offerto l'input per il lavoro che avrei voluto svolgere.

Ritornata a Roma ed iniziato l'anno scolastico non aspettavo altro che l'occasione per trovare un tema adatto al progetto. Ero sicura che gli stessi alunni mi avrebbero dato lo spunto ed infatti, grazie alla loro sensibilità, durante una pausa dalle lezioni notammo che vi è una caratteristica che accomuna tutti i bambini del mondo: il manifestare le emozioni allo stesso modo.

Da questa considerazione nacque l'idea di evidenziare attraverso l'immagine fotografica le emozioni provate dai bambini durante i momenti di gioco.

Questo tema rimase sospeso tra i nostri pensieri per un po' di tempo, ma un giorno durante una lezione di educazione alimentare, raccontai loro ciò che una volta avevo sentito dire da un padre gesuita missionario in Africa: "Tutti i bambini, anche quelli più disagiati, davanti ad un gioco ridono; i bambini africani denutriti e affamati perdono irreversibilmente il sorriso."

Quest'affermazione li colpì come una freccia che giunge al cuore, tanto che per alcuni giorni non parlammo più di proteine, lipidi o principi nutritivi, ma solo e soltanto dei diritti dei bambini, considerando come alcuni diritti per loro spesso scontati vengano violentemente negati ad altri. Il tema del nostro progetto virò quindi dalle "emozioni del gioco" ai "diritti dei bambini". Nonostante l'universo dell'infanzia sia estremamente delicato, mi sono sentita di affrontare lo stesso questo argomento perché mi accorgevo che interessava e coinvolgeva pienamente tutti i miei alunni. Fu consequenziale, quindi, una volta focalizzato l'importante tema dei diritti dei bambini, cercare di rappresentare la complessità dell'argomento mediante un progetto fotografico. Dopo aver ragionato e discusso su quali fossero i diritti che si volevano analizzare, emersero tre aree specifiche: il diritto al gioco, il diritto al sorriso e il diritto allo studio.

Cominciammo così la stesura del progetto che fu articolato in nove fasi:

- 1) Ricerca su internet di notizie sulla storia della fotografia e sulle tecniche fotografiche per poter acquisire conoscenza del mezzo che i ragazzi avrebbero utilizzato. La ricerca è iniziata a scuola dove nell'aula d'informatica i ragazzi attraverso l'uso di internet hanno trovato un argomento che avrebbero approfondito a casa e condiviso in classe.
- 2) Lezione da parte mia, con l'aiuto di diapositive, sulla tecnica fotografica (inquadratura, disposizione degli elementi, dimensioni, distanza, contrasto colori, luce) e su cosa rappresenta una fotografia (azioni, emozioni, tempi, spazi).
- 3) Scelta del tema delle foto e decisione di lavorare su internet per confrontare la loro realtà con la realtà di bambini in altre parti del mondo

- 4) Scatto delle fotografie. I ragazzi si sono fotografati in classe e in giardino mentre giocavano, cercando di riprendere i primi piani sul viso sorridente.
- 5) Ricerca in internet di fotografie inerenti il tema del progetto.
- 6) Analisi della costituzione dell'ONU sui diritti dei bambini.
- 7) Ricerca in internet di aforismi sul tema del progetto.
- 8) Selezione delle fotografie e del brano musicale.
- 9) Montaggio del video con il programma Windows Movie-Maker.

La fase del progetto in cui i ragazzi si sono divertiti di più è stata senza dubbio quella durante la quale sono usciti in giardino per scattare le foto. È inutile dire che il gioco ha prevaricato la fase di lavoro ed è durato molto più del necessario.

La sesta fase credo sia stata l'occasione per avvicinarli ad internet cercando di renderli fruitori consapevoli e critici nei confronti di una quantità di immagini che irrompe sempre più, senza filtri o controlli, nella vita di tutti noi. Non nascondo che questa è stata la fase più delicata. Ho riunito loro in piccoli gruppi che ho seguito nel pomeriggio, perché ritengo che la ricerca di immagini, soprattutto quelle che riguardano i bambini, debba essere guidata da un adulto che riesca a indirizzarli con rigore nell'infinito mondo di internet.

La ricerca delle immagini si è accompagnata alla scelta di aforismi sull'argomento; i ragazzi hanno così conosciuto siti nuovi dove potersi rivolgere per trovare citazioni anche su tematiche di altre materie. La scelta degli aforismi è stata seguita dalla lettura di alcune brevi notizie sugli autori delle stesse frasi.

Il momento che ha visto i ragazzi impegnati nella selezione delle fotografie, sia quelle scattate da loro sia quelle scaricate da internet, ha richiesto in alcuni casi la necessità di nuovi scatti fotografici per essere più attinenti al tema scelto.

Si è arrivati così alla fase del montaggio delle fotografie in un video, momento molto atteso dai ragazzi. Per insegnare loro l'uso di Windows MovieMaker ho tenuto dapprima una lezione frontale e poi li ho invitati a montare a casa le fotografie che già avevano nel loro computer, lavorando anche in piccoli gruppi. I risultati di questo compito sono stati tra i più diversi: sono arrivati video con foto di Totti o altri calciatori o, nel caso in cui le autrici fossero ragazze, attori e cantanti.

Una volta imparato l'uso del programma si è passato al montaggio del video "I Diritti dei Bambini" che è stato presentato e proiettato a tutti gli studenti della Scuola nel corso di una mattinata dedicata all'integrazione con bambini diversamente abili. Il silenzio e l'attenzione di tutto l'uditorio durante la proiezione ha significato per i ragazzi autori del progetto che il loro messaggio aveva raggiunto la sensibilità di chi stava osservando.

Il progetto svolto ha dato ai ragazzi una maggiore attenzione ai diritti umani ed inoltre, attraverso l'uso della macchina fotografica, la ricerca su internet delle immagini e degli aforismi, la scelta del brano musicale, il montaggio video, li ha arricchiti di competenze che si porteranno dietro nel loro percorso di adolescenti e di studenti, migliorando l'uso critico e consapevole dei mezzi di comunicazione.

Io, gli amici e i media: influenza sociale e percezione di sé in un progetto per la scuola secondaria

Alberto Sabatini e Sabrina Contu

Sentiamo spesso parlare di influenza dei media e di possibili conseguenze che i mezzi di comunicazione possono avere nei confronti di un pubblico a volte disattento e non sempre pienamente consapevole. Numerose ricerche a riguardo hanno dimostrato in passato quanto sia complicato definire in modo semplice ed esaustivo quel difficile rapporto che intercorre tra spettatore e media.

Un aspetto nuovo e ancora poco conosciuto nel campo di ricerca sui media è quello che vede come oggetto di studio un particolare tipo di spettatore televisivo (lo spettatore adolescente) e il suo modo di definire se stesso e i propri coetanei all'interno di quel legame che unisce tra loro media e *audience*. Una prima e significativa sperimentazione in tale campo¹ è stata possibile attraverso un progetto di media education, della durata di sei ore, svolto presso una scuola secondaria di secondo grado della città di Reggio Emilia (Istituto Tecnico Industriale "L. Nobili") con una classe terza ad indirizzo meccanico (3[^]A).

"Voci dalla Summer 2008"

Il multimedia ideale? Trovalo!

Il laboratorio *Web e multimedia* si è caratterizzato fin da subito come un momento di intenso scambio e creatività, nel tempo dedicato al laboratorio, e in quello che insieme abbiamo deciso di dedicare al lavoro, abbiamo giocato... oops! volevo dire, lavorato intensamente sul concetto di prodotto multimediale e interattivo. Lo strumento che ci è stato proposto è stato un software abbastanza semplice e di facile reperibilità (che non guasta mai), Swish Max, che consente di realizzare delle animazioni. Inizialmente ci siamo divisi in due gruppi e abbiamo cominciato ad elaborare ognuno una nostra proposta, cominciando dal mettere in comune idee, intuizioni, definendo gradualmente il progetto ed elaborando lo story board, dall'ideazione alla realizzazione passo passo. Questo è stato il momento senza dubbio più interessante nel quale abbiamo potuto comprendere come sia centrale, nella realizzazione di un buon prodotto, la fase della progettazione e come, impegnare in questa fase energie, semplifichi poi il lavoro di realizzazione. Ovviamente entrambi i gruppi avevano avuto delle idee geniali, ma dovevamo sceglierne una da realizzare e con un rigorosissimo metodo ipotetico-deduttivo (il sorteggio) abbiamo deciso di realizzare un piccolo e delizioso gioco: "il compagno ideale... trovalo", un percorso nel quale la nostra *Miss Multimedia* attraverso le piccole scelte quotidiane... doveva fare i conti un *Mr. Multimedia* poco attento e un po' pasticciere, ma poteva trovare una qualche consolazione in un affettuoso ed efficiente cagnolino. Piuttosto che niente...

Maria Filomia

La ricerca è partita da un fondamentale presupposto teorico: nel processo di comunicazione esistente tra media e spettatore è rilevante quel fenomeno di percezione sociale che prende il nome di "effetto terza persona". L'individuo, nel rapportarsi ai messaggi provenienti dai media, percepirebbe se stesso come attore capace di filtrare e gestire la comunicazione trasmessa, sovrastimando l'effetto che tali messaggi persuasivi possono avere sugli atteggiamenti e i comportamenti delle altre persone e sottostimando i medesimi effetti sulla propria persona². Tale processo condurrebbe il fruitore dei media alla convinzione di possedere a priori una determinata capacità di analisi critica, arrivando a percepire un grado di competenza personale, in relazione anche all'autostima, qualitativamente più elevato rispetto agli altri individui e al gruppo sociale di appartenenza (famiglia, amici, conoscenti, ecc.). Da qui risulta che la mappa di senso (sopracitata) costituita dal soggetto è anche prodotto delle relazioni con il suo ambiente di vita e più in generale con il suo contesto etno-socio-culturale. Quest'ultimo interagisce dinamicamente nella costituzione del senso dato al mondo esterno, ma anche e più incisivamente nella costruzione del sentimento di "sensopercezione" (emozionale-cognitiva) che si ha della propria persona; in psicologia si parla di *rappresentazione di sé*. Questa rappresentazione cosciente che ognuno ha, viene a costituire la coscienza di sé cui è deputato il controllo di settori di funzionalità psicologica, tra cui, per la ricerca in questione, si è scelto di indagare il sentimento dell'autostima.

L'obiettivo del progetto scolastico è stato proprio quello di analizzare l'effetto terza persona e il suo correlato psicologico, cercando di promuovere nei ragazzi una maggiore capacità di interpretazione dei contenuti mediali, allo scopo di fornire spunti di riflessione riguardo un livello di autostima più realistica e per costruire assieme al gruppo di coetanei delle alternative di atteggiamento e comportamento rivolte ad una ristrutturazione critica dei messaggi sociali appresi e interiorizzati (dalla televisione, dal cinema e dai nuovi media).

Per perseguire tale obiettivo è stata utilizzata una specifica metodologia: un *Questionario di percezione dell'influenza sociale dei media* e un *Test Multidimensionale dell'Autostima*³, quali

⁽¹⁾ La cui prima applicazione si esplicò in una ricerca sperimentale sviluppata in tre Istituti Superiori di Reggio Emilia (2003) in vista di una tesi di laurea sull'influenza della televisione in ambito adolescenziale.

⁽²⁾ W.P. DAVISON, *The third person effect in communication*, "Public Opinion Quarterly", 1983, n° 47, pp. 1-15.

⁽³⁾ A. SABATINI, *Questionario di percezione dell'influenza sociale dei media*, in: ID., *Gli adolescenti e i mass-media: studio esplorativo sulla rappresentazione del potere d'influenza della televisione*, tesi di Laurea inedita, Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, 2003; B.A. BRACKEN, *Test Multidimensionale dell'Autostima*, Erickson, Trento 2003.

“Voci dalla Summer 2008”

In principio fu il libro (e chi lo scrisse)

La partecipazione al laboratorio “Il medium libro: analisi e produzione”, condotto da Roberto Farné e Laura Marnini, ci ha visto coinvolte nella progettazione e realizzazione di un libro creativo.

Dopo un'esauritiva introduzione degli esperti del laboratorio, siamo entrati subito nella fase operativa, quando il gruppo, eterogeneo per professionalità, ha lavorato in maniera collaborativa, arrivando alla realizzazione di un prodotto finale.

Interessantissima è stata la discussione finale sugli effetti del libro. Originali e introspettive sono state le riflessioni personali elaborate e condivise attraverso la testimonianza di alcuni episodi della propria vita in cui il libro e la lettura sono stati i protagonisti.

Sono stati realizzati due prodotti, entrambi recensiti da corsisti. Il feedback che se ne è avuto è stato usato come prova valutativa e ha confermato che il libro creativo è un ottimo medium per trasmettere poesie, emozioni, creazioni.

Roberta Di Risio, Bina Marinelli e Lucia Petroni

strumenti di indagine conoscitiva, sottoposti in un primo incontro di laboratorio; due contributi cinematografici (*The Truman Show* e *C'è posta per te*) come stimoli di partenza al fine di sollecitare, nell'attività di focus group, un dialogo aperto all'interscambio di esperienze individuali; infine, l'attivazione di un dibattito finale su autostima e influenza sociale.

Il questionario di percezione dell'influenza sociale è stato strutturato attraverso un processo a due fasi: in primo luogo, si è provveduto a sviluppare una fase di pre-test nei mesi antecedenti il laboratorio, coinvolgendo trenta studenti di età variabile tra i 14 e i 18 anni. Come esito dei pre-test, sono stati scelti i 10 programmi televisivi più seguiti dai ragazzi e le 10 nuove tecnologie più utilizzate. Successivamente, tali risultati sono stati impiegati come item del questionario di percezione sociale. Quest'ultimo era costituito da indicatori di comportamento di consumo televisivo, da opinioni sull'influenza dei programmi televisivi e da stime di realtà (di comportamento di consumo televisivo da parte di studenti adolescenti della medesima età e di altre categorie sociali). Inoltre, alcuni item riguardavano le motivazioni che stanno alla base dell'influenza televisiva e dei nuovi media.

Per l'indagine psicologica si è scelto di utilizzare il T.M.A., che tiene conto della peculiare settorialità del costrutto dell'autostima. Questo, infatti, è differenziabile, in quanto ogni sua dimensione può essere valutata indipendentemente dall'altra. Ecco perché si è potuto selezionare, tra le sei sottoscale di cui si compone il T.M.A., solo le tre ritenute maggiormente pertinenti per la verifica dell'effetto terza persona.

Dall'analisi dei testi e da quanto emerso nell'attività di focus group, è stato possibile delineare un interessante profilo del gruppo classe: gli studenti della 3^aA dell'Istituto Tecnico Industriale “L. Nobili” considerano se stessi e i loro coetanei come soggetti abbastanza influenzati dalla televisione. Al contrario, però, di quanto affermato a livello teorico dall'effetto terza per-

sona, essi non tendono a differenziarsi particolarmente dai ragazzi della loro età o dai compagni di scuola, in coincidenza di quanto rilevato dalle scale riguardanti il controllo dell'ambiente e l'area emozionale, aree i cui punteggi hanno indicato un'appartenenza alla media normativa. I ragazzi addirittura sovrastimano l'effetto che i messaggi persuasivi veicolati dai media possono avere sul loro atteggiamento e comportamento, sottostimando il medesimo effetto su gruppi ritenuti socialmente distanti da essi (adulti, anziani, insegnanti, studenti appartenenti ad altri istituti). Una delle motivazioni relative alla presenza di un'inversione dell'effetto terza persona, può essere ritrovata nella percezione del livello di istruzione che gli studenti in questione hanno di loro stessi, dei compagni di scuola e delle altre persone in generale. Come rilevato nei questionari, essi considerano le persone poco istruite come la categoria sociale maggiormente influenzata dalla televisione e dai nuovi media. In relazione a questa, essi si percepiscono come spettatori meno condizionati, ma in media con una distanza minore rispetto a quanto attribuito ad altri gruppi sociali (in specifico, famiglia, insegnanti, adulti, anziani, studenti dei licei). Questo perché essi tenderebbero a valutare tali categorie come maggiormente istruite rispetto a loro stessi e, di conseguenza, come più preparate ad analizzare in modo critico i contenuti mediatici. Dal T.M.A., infatti, si è rilevata un'autostima scolastica lievemente negativa rispetto alla media del campione normativo della loro età e ciò spiegherebbe tale condizione. Per quanto riguarda le motivazioni di utilizzo della televisione e delle nuove tecnologie, gli studenti individuano nello svago e nel divertimento la principale modalità di relazione con tali media e sono consapevoli che un loro uso eccessivo può condurre ad un impoverimento nelle relazioni sociali.

“Voci dalla Summer 2008”

Giovani = Pubblico di non lettori. Ma chi l'ha detto?

Nel suggestivo scenario delle Dolomiti, in occasione della 17^a Summer School del MED, si è tenuto il laboratorio *Stampa e linguaggio giornalistico*, a cura dei giovani docenti Federica Cardia e Angelo Passero, che sono scesi dalla cattedra e si sono immersi tra i loro studenti. In realtà, ad essere letteralmente “sommersi” sono stati gli stessi corsisti, che si sono ritrovati a sfogliare pagine di diversi quotidiani nell'intento di individuare le principali tematiche degli articoli, le diverse tipologie dei titoli e stili espressivi, arrivando a simulare delle simpatiche dinamiche di redazione (Newsmaking).

Anche se per molti si trattava della prima esperienza in campo redazionale, a colpire soprattutto l'attenzione è stata la loro “profana” attitudine al mondo della scrittura e della lettura: durante il lavoro di gruppo molte cose sembravano appartenere loro, maneggiavano e leggevano con occhio critico la carta stampata con grande padronanza e interesse, quasi a voler innalzare una voce contro lo slogan, più volte sentito, “Giovani: pubblico di non lettori!”.

La crisi della lettura dei quotidiani è davvero tutta imputabile ai giovani? In quei due giorni della Summer è emerso tutt'altro... Per tutti gli scettici, a tal proposito, un unico consiglio: venite a Corvara, e vedrete!

Iolanda Pioli

Il nuovo "Premio MED"

Lucio D'Abbicco

Lo confessiamo: c'era una certa trepidazione in vista di questa quarta edizione del "Premio MED". Chi ha seguito le "puntate precedenti" ("InterMed" 2/07 e 1/08) sa che l'edizione dello scorso anno aveva lasciato sul campo una serie di perplessità che sollecitavano un profondo ripensamento di questa esperienza – tra l'altro, bella e importante per la nostra associazione. Crediamo di poter dire che così è stato: l'idea di prevedere modalità e momenti differenziati di presentazione dei lavori (i poster per tutti, uno spazio di presentazione in plenaria solo per tre) ha rappresentato una radicale novità, con aspetti anche "sofferti" (il momento della selezione delle 3 esperienze cui concedere lo spazio della plenaria è stato molto delicato); tuttavia, i partecipanti hanno sostanzialmente riconosciuto la validità della formula, benché molti siano i punti da rivedere e definire meglio. Proviamo a focalizzarli per affidarli a una riflessione comune.

Modalità di iscrizione – "Si dice 15 giugno, ma poi... Noi siamo buoni e accettiamo i ritardatari..." È stato fatto notare che un concorso può diventare prestigioso solo se riesce a presentarsi con un profilo serio, quindi con dei protocolli chiaramente definiti. Si dovranno, pertanto, rivedere le modalità di iscrizione, rendendole più dettagliate e rigide; la presentazione dell'esperienza dovrà essere precisamente articolata, in modo da evitare la produzione di materiali eterogenei (schede di poche righe vs. ponderose relazioni). In questo modo, tra le altre cose, si faciliterà il lavoro della giuria (e/o dei selezionatori).

Modalità di presentazione dei lavori – "Ai poster l'ardua sentenza?" La formula dei poster come "vetrina" delle esperienze a disposizione di tutti può considerarsi interessante. A Corvara abbiamo visto una notevole varietà di poster: diversi per format, per contenuti e per cura generale. Crediamo che il confronto spontaneo fra i materiali presentati potrà nel tempo portare a una valorizzazione sempre maggiore di questo strumento. Rimane il fatto che il poster non può considerarsi sostitutivo di una presentazione "dal vivo" dell'esperienza e per la "giuria popolare" diventa oggettivamente difficile poter formulare un compiuto giudizio su esperienze presentate secondo modalità così diverse: è una questione su cui si dovrà riflettere con ponderazione, prendendo anche in considerazione l'eventualità di concedere al "Premio MED" maggior tempo (una mezza giornata).

Documentazione e valutazione – "Dire, fare... valutare!" È una raccomandazione che proviene direttamente dalla Giuria scientifica (composta, quest'anno, da Roberto Farné, Angela Castelli, Cristiana Ottaviano, Rinalda Montani, Tiziana Cuchio): è auspicabile che i concorrenti curino di più la documentazione dell'esperienza che intendono presentare e, all'interno di questa, non tralascino gli aspetti valutativi.

E ora il doveroso spazio ai risultati del concorso.

Sono state presentate nove esperienze, svolte nella scuola e nell'extrascuola. Si è aggiudicato il "Premio MED" della Giuria popolare l'esperienza "Il libro come strumento di media education", presentata da Tina Mastrogiacomo.

La Giuria scientifica ha invece premiato l'esperienza "Il posto dove vivo", presentata da Liana Peria con la seguente motivazione: «"Il posto dove vivo" è un ipertesto realizzato in *open source*, corredato da un libro-guida, esito di un progetto didattico di tre anni scolastici, realizzato da due classi della scuola primaria di Marina di Campo, all'isola d'Elba. Chiaro nell'impostazione dei contenuti e duttile nella navigazione, questo prodotto, e il progetto di cui è l'esito, sono un eccellente esempio di media education calata in un percorso di conoscenza storico-culturale del territorio. L'ipertesto diventa qui lo strumento che meglio sostiene un ordine descrittivo e un impianto di conoscenze reticolari in cui il lavoro dei bambini è pienamente valorizzato dalla trama didattica nella quale ha via via preso forma.» La Giuria scientifica, inoltre, ha deciso di assegnare due Menzioni Speciali pari merito a "Il mio mondo è fatto di...", presentato da Lucia Petroni, e "I diritti dei bambini", presentato da Matilde Pettinelli (v. anche l'articolo in questo numero di InterMed, ndr). Queste le motivazioni: «L., un ragazzo handicappato di 14 anni, è il protagonista del video *Il mio mondo è fatto di...*, realizzato in una scuola secondaria di primo grado. Questo lavoro si segnala soprattutto come esempio di una documentazione rigorosa ed efficace nell'uso di immagini fotografiche montate in un video che ripercorre le fasi di una strategia didattica di aiuto in un processo di integrazione difficile. Ma è al tempo stesso l'esempio di una buona prassi di media education per i compagni di L., coinvolti in una storia di lavoro di cui il video diventa efficace testimonianza e riconoscimento.»

«*I diritti dei bambini*. Nella scuola Camillo Sabatini di Roma, una secondaria di primo grado, i diritti dei bambini sono al centro di un lavoro che coinvolge una classe seconda. A partire dal gioco e dal riconoscimento del suo essere diritto per l'infanzia, prende forza e prende forma un percorso didattico che si allarga a cerchi concentrici su altri diritti, sulle condizioni dell'infanzia vicina e lontana. Internet diventa il territorio virtuale di una ricerca di immagini e di temi, di situazioni e di emozioni che, alla fine, trovano il loro "ordine del discorso" in un video che, senza parole, riesce a trasmettere la suggestione di un messaggio».

Assemblea MED 2008

L'assemblea annuale dell'Associazione si terrà a Roma il 22 e 23 novembre 2008 presso l'Istituto Salesiano di via Marsala 42. Il sabato sarà dedicato ad un momento formativo dal titolo *La media education al tempo del digitale*, mentre la domenica mattina al consueto spazio per notizie, aggiornamenti, proposte e interventi dei MED regionali; inoltre, si raccoglieranno proposte per l'individuazione di un piano d'azione per il 2009.

Tutti i dettagli sul programma sono disponibili sul sito www.medmediaeducation.it. Per prenotare l'alloggio, telefonare al Nr. 064463353, precisando che si è soci del MED.

MedMaster: un primo bilancio

Pierpaolo De Luca

La formazione nel campo della media education è uno degli aspetti problematici per chi opera in contesti ambivalenti fra comunicazione e educazione. Ogni scelta formativa è frutto di un punto di vista attraverso cui interpretare questioni connesse trasversalmente fra la psicologia, le scienze sociali, la sociologia dell'organizzazione, nonché la comunicazione e naturalmente le scienze pedagogiche.

Come formare professionisti capaci di padroneggiare le tecniche della comunicazione e di applicare principi e strumenti *educational* negli ambienti mediali? Come offrire una preparazione specialistica per la sperimentazione e l'integrazione dei media nei settori della scuola, dell'extrascuola e dell'animazione culturale? *Tecniche della comunicazione e strategie applicate alla media education* (www.medmaster.it) è il primo master universitario promosso dal MED, in collaborazione con ProMEDIA2000 e la Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza.

Sebbene il 42% dei corsisti abbia dichiarato che per seguire le lezioni del Master siano necessarie delle conoscenze pregresse, il corso ha cercato di dare risposte concrete a molte questioni sollevate, proponendo elementi di innovazione rispetto all'attuale scenario dell'offerta formativa in questo settore in Italia. Alcune di queste innovazioni sono riassumibili nei seguenti punti chiave:

- Il sostegno scientifico e didattico di una rete interuniversitaria di facoltà/dipartimenti di Scienze della formazione e Scienze della comunicazione.
- Le alleanze territoriali con enti e istituzioni che operano nei campi della comunicazione e della formazione, con particolare attenzione ai minori. Queste forme di collaborazione hanno consentito non solo l'integrazione degli studenti nei diversi ambienti professionali (stage), ma anche l'attivazione di percorsi didattici esperienziali (analisi di case studies, project work...) che hanno contribuito alla costruzione di un'offerta didattica ibrida, mista fra teoria e pratica.
- Una piattaforma LCMS (Learning Content Management System) progettata per affrontare percorsi mediaeducativi on line (Moodle), con un occhio di riguardo anche alle esperienze internazionali. A tal proposito, sono stati prodotti e sperimentati Learning Object per un totale di 38 insegnamenti (lezioni teoriche e percorsi laboratoriali).
- La sperimentazione di un percorso formativo in modalità blended learning che, attraverso l'ambiente di apprendimento online, ha permesso di raccogliere e sistematizzare la documentazione multimediale del MED (testi scritti, audio, video).

L'e-learning è stata la strategia comunicativa e formativa più adeguata per favorire la partecipazione di diverse istituzioni universitarie presenti sul territorio italiano, che il MED è riuscito a coordinare e integrare nella sua rete: i docenti e i tutor hanno contribuito all'offerta didattica dalle proprie sedi. Questa formula, inoltre, ha permesso di raccogliere un bacino di utenza eterogeneo e geograficamente esteso: gli studenti hanno potuto seguire corsi e partecipare alle attività didattiche da casa o dal luogo di lavoro.

La partecipazione alla costruzione del sapere

In genere, il successo di un corso e-learning risiede nella capacità di coinvolgere i partecipanti nel dialogo e nello scambio di informazioni studente-tutor e studente-studente: la creazione di una rete di relazioni che contribuisce a far proprie le conoscenze e entrare a far parte di una community. Nei moduli didattici proposti,

i corsisti sono stati stimolati all'interazione con il docente e alla partecipazione alle attività, come è emerso dai risultati delle prime valutazioni dei corsisti sul percorso didattico.

Era possibile intervenire durante le lezioni?	Val. %
Sì, anzi era un comportamento sollecitato	93,8
Sì, ma non era gradito	0,8
No, ma non lo considero necessario e importante	1,9
No, ma non era consentito, ma si poteva dopo la lezione	0,4
No, non era consentito	0,8
n.r	2,3
Totale	100,0

Il web ha contribuito all'interazione soprattutto tramite alcune applicazioni del WEB 2.0, come ad esempio i forum e la chat che, contro le aspettative, si sono rivelati strumenti molto utilizzati dagli studenti, non sono a livello informale, ma anche per i project work. Altri strumenti didattici introdotti nella piattaforma sono stati i wiki e i blog, sebbene siano stati utilizzati soltanto in alcuni particolari moduli, come ad esempio il *Laboratorio multimediale* e la *Media education all'estero*.

L'architettura dell'offerta didattica si è sviluppata attraverso la pubblicazione di:

- lezioni multimediali asincrone;
- esercitazioni e laboratori;
- case studies;
- bibliografia, sitografia, link di approfondimento.

La didattica on line è stata supportata da incontri in presenza, un weekend al mese, che ha consentito di verificare e discutere collettivamente le conoscenze disciplinari acquisite on line, attraverso dinamiche di gruppo, attività di brainstorming, simulazione di percorsi e attività laboratoriali con professionisti della comunicazione, critici mediali e intellettuali del mondo accademico o media educator già operanti sul territorio. Case studies, best practices e proposte progettuali sono stati i principali oggetti di analisi e di valutazione degli stessi corsisti.

La Summer School di luglio ha rappresentato un valore aggiunto importante, non solo per la possibilità di innovazione e sperimentazione sul campo, per lo scambio di esperienze anche con altre realtà, per il clima accogliente, ma anche per il senso di appartenenza ad una comunità con un interesse condiviso: la media education.

Questioni aperte

Dall'esperienza di questo primo master, che sarà riproposto nell'anno accademico 2008/2009, sono emersi alcuni spunti utili per il miglioramento della struttura e dell'offerta didattica:

1. incrementare attività, iniziative, percorsi che privilegino l'interazione, lo scambio, la costruzione condivisa della conoscenza, sia in presenza sia on line;
2. proporre più attenzione al dibattito su tematiche di più stretta attualità connesse a questo campo di studi;
3. rafforzare le attività laboratoriali e le lezioni evento.

In linea generale, tuttavia, la formula del blended learning applicata alla formazione mediaeducativa presenta prospettive di sviluppo incoraggianti, soprattutto se resta alta l'attenzione alla sperimentazione e all'innovazione metodologica, tecnologica e contentistica.

È da poco uscito *Guida la Tv. Grandi e piccoli davanti alla televisione*, il volume a cura di Lucio D'Abbicco, edito dalle Edizioni Paoline. Se ai lettori più attenti di *Intermed* il titolo non suona nuovo è perché il libro nasce dall'omonima rubrica di educazione alla televisione per famiglie con figli in età evolutiva, ospitata dallo storico settimanale *Il Resegone* di Lecco dal 2004 al 2007. Il progetto formativo del MED, già presentato in passato su queste pagine, contiene ora, in forma di libro, una selezione ragionata della produzione triennale, innovativa e di grande successo.

Si tratta di uno strumento di accompagnamento pedagogico al governo familiare del medium Tv, per tutti gli educatori ed in modo particolare per i genitori. Perché aiutare i minori a "guidare" la Tv? E perché questo compito è innanzitutto genitoriale?

La risposta alla prima domanda si intuisce facilmente quando si constata che, anche nell'epoca dei new media, per i minori la Tv generalista è ancora un vero e proprio ambiente di vita, nel quale sono costantemente immersi e che veicola e suggerisce sistemi etici, modelli di rappresentazione della realtà, comportamenti: un ambiente che, di fatto, educa. Il perché il governo della televisione sia un problema educativo familiare, invece, sta banalmente nel fatto che la fruizione televisiva è soprattutto domestica. È dalla famiglia, dunque, che si deve partire per educare all'uso corretto della Tv ed è dentro la famiglia che tale istanza educativa deve trovare risposta. Ecco perché il MED ha pensato ad un libro capace di conse-

L. D'Abbicco (a cura di) Guida la Tv. Grandi e piccoli davanti alla televisione

Paoline, Milano 2008

gnare la media education direttamente nelle mani delle mamme e dei papà.

Il testo è originale e sicuramente consigliabile per l'approccio costruttivo al tema dell'educazione alla Tv e per l'intelligenza pedagogica con la quale propone i contenuti ai lettori. I postulati teorici del libro sono essenzialmente tre: la possibilità reale che i minori siano fruitori attivi e consapevoli della Tv; il fatto che la comunicazione televisiva non sia isolata ma inserita dentro altre comunicazioni, prima tra tutte quella familiare, che contribuiscono a dare il senso del messaggio televisivo polisemico; la possibilità che la Tv, comunque consumata ogni giorno dai minori, sia pedagogicamente orientabile sino a divenire risorsa per la formazione umana.

La televisione diventa risorsa educativa a due condizioni: 1) che la Tv stessa si assuma le responsabilità che derivano dal suo essere "ambiente" nel quale i minori crescono, vale a dire che rispetti le norme che tutelano gli utenti minori e che promuova la qualità dei prodotti televisivi a loro destinati; 2) che gli educatori operino un'adeguata mediazione della comunicazione televisiva.

Guida la Tv accompagna i genitori in entrambe le direzioni: ricorda i doveri della

televisione, illustrando e commentando i codici che regolano la produzione in rapporto al pubblico dei bambini e proponendo alcuni indicatori per valutare la qualità dei prodotti per minori; dall'altra parte, chiarisce alla famiglia il senso della mediazione (intesa come insieme di giudizi, spiegazioni, approfondimenti etc. a margine del consumo televisivo) e dà suggerimenti per realizzare concretamente tale attività.

Il volume è particolarmente interessante anche perché capace di presentare contenuti di significativo valore scientifico senza mai perdere il linguaggio divulgativo né il tono informale e l'ironia. Contiene riflessioni di ordine teorico ma anche indicazioni concrete, spendibili nel quotidiano: suggerimenti pedagogici da seguire in casa (criteri per la selezione dei programmi del palinsesto, modi del consumo televisivo, comunicazioni verbali, esercizi, attività ludiche); recensioni di prodotti seguiti dai figli; contatti utili per costruire legami che aiutino la famiglia a partecipare da protagonista attiva alla società democratica e per educare ai media in rete. Insomma, un libro che vale la pena leggere.

Laura Marnini

Anna Antoniazzi Labirinti elettronici. Letteratura per l'infanzia e videogame

Apogeo, Milano 2007

La letteratura più recente sui videogiochi (Bogost, Bittanti, Ferdig, Vorderer, tanto per fare qualche nome...) ha messo ampiamente in luce la natura ipercomplessa di questi oggetti culturali. Supporto tecnologico, software informatico, giocattolo, possibilità e modalità di interazione uomo-macchina, insieme di regole e strategie d'azione da rispettare, scelte grafiche di tipo estetico e funzionale, costruzione narrativa, dinamiche di relazione che si instaurano tra i videogiocatori, logiche creative e di marketing, e così via: tutte dimensioni che si sommano nel (e attorno al) video game, rendendone assai difficile una descrizione, sia in quanto oggetto in sé, sia in quanto catalizzatore di dinamiche umane di tipo produttivo e fruitivo.

In questo contesto, il libro della Antoniazzi si pone come una descrizione approfondita del fenomeno videoludico, ca-

ratterizzata da una scelta di fondo ben precisa ed esplicita: l'assunzione dell'elemento narrativo quale chiave di lettura. Questa scelta si riverbera nella delimitazione del campo ad un solo genere di videogiochi – quello degli *adventure game* – e nella scelta di impiegare, coerentemente e prevalentemente, gli strumenti concettuali propri della critica letteraria e dell'antropologia culturale, in questo modo ponendosi in continuità con la propria sensibilità di studiosa e con la scuola di Emy Beseghi, di cui l'Antoniazzi è allieva a Bologna.

La precisa impostazione del lavoro, dichiarata fin nelle prime pagine, trova sviluppo in sei brevi capitoli che affrontano, ciascuno, un elemento narrativo, tipico della letteratura e della letteratura per l'infanzia, rintracciabile anche nella produzione videoludica: partendo, allora, dal tema del labirinto e toccando quello del-

la trama di gioco (interattivo), si affrontano i *topoi* dello specchio e della soglia attraverso cui si accede a mondi *altri*, per arrivare poi ad un'analisi delle caratteristiche dell'eroe e dei personaggi archetipici più frequenti negli *adventure game* contemporanei (il principe, il picaro e la fanciulla). Attraverso questa attenta indagine, ricca di riferimenti culturali che denotano vastità e varietà di letture, l'Autrice fornisce elementi utili per la comprensione sia delle storie narrate dai videogiochi, sia del significato che tali storie hanno, o possono avere, per il videogiocatore, soprattutto bambino e adolescente. Conclude il volume un capitolo sull'autorialità multimediale, in cui si descrivono – e forse qui l'analisi avrebbe potuto essere suffragata da più forti elementi di lettura sociologica – i processi e le modalità di produzione narrativa crossmediale, portando soprattutto i casi di Neil Gaiman e Steven Spielberg.

Completano degnamente il volume alcune appendici informative dedicate alla bibliografia e sitografia consultate, nonché a brevi schede di presentazione dei principali videogiochi narrativi e libri interattivi in commercio.

Damiano Felini

Alberto Parola (a cura di) **Territori mediaeducativi. Scenari, sperimentazioni e progetti nella scuola e nell'extrascuola,**

Erickson, Trento 2008

Quello contemporaneo può essere senz'altro definito il "secolo dei media". Proprio in un tale contesto è inevitabile che due tradizioni diverse ma sempre più interrelate come quella dell'educazione e quella dei media si incontrino, intrecciando un dialogo che risulta tutt'altro che facile e lineare. Proprio alla luce di questo incontro/scontro tra media ed educazione (modernità vs tradizione) nasce la media education.

Ma cosa vuol dire oggi veramente impegnarsi nella media education? E quali sono le prospettive concrete per questo tipo di percorso? A tutte queste domande, e a molte altre, vuole rispondere il volume curato da Alberto Parola mediante la presentazione di progetti e contributi di esperti nel campo della media education realizzati in varie parti d'Italia e attraverso una lucida riflessione sui "territori mediaeducativi", definiti dallo stesso Autore come quei luoghi di pratica in cui trovano la propria realizzazione tutti gli

obiettivi e le finalità didattico-educative connesse ai media.

Obiettivo del volume è di mettere in evidenza, attraverso percorsi, sperimentazioni ed esempi di ricerca, quanto oggi il mondo scolastico ed extrascolastico non possa prescindere dall'"invasione" dei media con i propri linguaggi non sempre facili e, spesso, con un'ambiguità di fondo negli intenti e nei modelli proposti. Il testo ruota intorno ad un concetto fondamentale, ovvero che i media hanno sempre di più una valenza socio-culturale e che oggi i ragazzi socializzano tramite tali artefatti e in modo im-mediato. Ecco il perché della "competenza mediale".

Ma come sviluppare queste competenze nell'alunno? Diversi sono i percorsi proposti: dal linguaggio televisivo al valore educativo della *soap opera* e della Tv commerciale, passando anche per il linguaggio della fotografia, del videogioco, del libro e del Tg in classe. Nel testo si parla anche di vie alternative all'utilizzo della media education, come ad esempio l'utilizzo dei media nel terzo settore attraverso interventi per quei soggetti che si trovano in situazioni di disagio psichico e fisico, come per esempio i detenuti. Merito del testo è quello anche di evidenziare le potenzialità attuali e future dell'informatica, della rete e del computer per accrescere e innovare l'offerta formativa. Tutto ciò si può fare attraverso l'introduzione della robotica in classe o mediante la progettazione di un portale, detto il "Veliero", dove in maniera simpatica e ludica l'insegnante-nostromo può "traghetare" i propri discenti verso una navigazione in internet sicura e programmata.

Ciò che a mio parere caratterizza il libro e che lo rende interessante è il taglio prettamente pratico e esplicativo che i diversi autori hanno voluto dare. Ogni capitolo, infatti, è caratterizzato da una introdu-

Rinnova la tua iscrizione al MED per il 2008

Versando la quota sociale di 35 euro, mediante CCP 54765003 intestato a:
MED-Media education
P.za Ateneo Salesiano, 1
00139 Roma

PER INFORMAZIONI

Tel. 06.87290296
www.medmediaeducation.it
Email:
giannatelli@unisal.it
med.segreteria@gmail.com

Il MED on-line

www.medmediaeducation.it

**Suggerimenti e
proposte
possono essere
indirizzate a
Alessia Rosa**

alessiarosa@gmail.com

zione teorica sulle peculiarità del medium di cui si parla e da una parte pratica, fatta di tabelle e schede di rilevazione minuziosamente preparate, una sorta di mappatura da seguire nell'intricato universo del percorso di media education scelto. Il lettore si sente "guidato" nel suo percorso di conoscenza sulla media education nei vari capitoli, il cui *leitmotiv* principale è sempre chiaro: costruire coordinate generali d'azione da interpretare poi in base ai contesti, proponendo dei percorsi di media education replicabili e la cui validità sia stata già verificata. Ciò che colpisce sono i numerosi consigli pratici rivolti al lettore (neofita o esperto che sia) su come realizzare praticamente un percorso di media education. Vari sono i riferimenti sitografici.

Roberta Di Risio