

Crescere per esserci

a cura del Direttivo

Volendo trovare una caratterizzazione per l'ultima assemblea del MED (Roma, 11-12 novembre scorsi) si potrebbe dire che è stata la prima del secondo decennio dell'Associazione. Ma si tratterebbe solo di un vezzo retorico. La sostanza è ciò che è stato detto in quella assemblea, e il clima che vi si è respirato. Perciò, ancora una volta, ci si permetta una riflessione autocentrata (centrata sull'associazione), anzi: particolarmente autocentrata.

Per la prima volta all'assemblea del MED sono intervenuti rappresentanti del Ministero delle Comunicazioni e del Ministero della Pubblica Istruzione. Nei due giorni di lavoro sono state "presenti" le Università di Bari, Bologna, Calabria, Chieti, Padova, Palermo, Perugia, Verona, Torino e "La Sapienza" di Roma. In generale è stata una delle assemblee più affollate degli ultimi anni - nonostante non si trattasse di una sessione elettiva - con molte, nuove giovani presenze. Ed anche una delle più "frizzanti": alla riflessione di carattere culturale del sabato pomeriggio è seguita una intensa mattinata di riflessione sullo "stato dell'associazione", durante la quale sono stati discussi sette punti all'ordine del giorno e hanno relazionato i coordinatori di 8 regioni (fra cui l'Abruzzo, recentemente costituitosi come coordinamento regionale). Insomma il MED si presenta ai suoi secondi dieci anni più che mai vivo e vivace, con una spiccata voglia di progettare, sperimentare - in una parola: di "esserci". Ma anche con un certo carico di contraddizioni. Nell'editoriale del numero precedente Cesare Scurati indicava una serie di questioni intorno alle quali invitava il MED a lavorare nei prossimi dieci anni, nella fedeltà al suo profilo valoriale che si è sempre meglio definito nel corso del tempo. Qui vorremmo provare a tradurre quelle contraddizioni a cui abbiamo fatto cenno in obiettivi strategici.

Primo obiettivo

Benché grintosa, restiamo un'associazione "piccola" (come numero di soci) con tutto ciò che ne consegue: innanzitutto la fatica nel finanziamento, poi la difficoltà nella gestione della macchina organizzativa (servizio di segreteria, archivio, ecc.), la difficoltà nel tenere efficace-

mente in contatto i soci... Finora ci siamo basati fondamentalmente su entusiasmo e buona volontà: senza tali insostituibili "ingredienti" non avremmo realizzato il bello di questi dieci anni (e non è stato poco). Ma possiamo crescere: la nostra *mission* è costantemente "all'ordine del giorno" del dibattito civile, culturale, pedagogico; chi incontra il MED, difficilmente rimane deluso. *Dobbiamo crescere*: per darci più forza nelle cose in cui crediamo.

Secondo obiettivo

Discende immediatamente dal primo: il MED sin dalla prima ora ha cercato e stretto rapporti con le Università. Ciò non è più sufficiente: ora bisogna cercare e stringere rapporti con le istituzioni di governo, sia a livello centrale che periferico (regioni, comuni). Si tratta di un passaggio fondamentale perché la nostra voce acquisti peso nel consesso socio-culturale. Pensiamo al contributo che potremmo dare in tutti quei luoghi (comitati, enti, ecc.) che contribuiscono a gestire la cosa pubblica: non per istituzionalizzarci e - non avvenga mai! - burocratizzarci, ma per offrire un maggior *contributo di partecipazione alla società*. Pensiamo anche al contributo che potremmo dare al quotidiano dibattito culturale attraverso una partecipazione attenta e costante ad esso. Parimenti (il suggerimento viene da Roberto Farné) vanno strette relazioni e sinergie con altri soggetti di rappresentanza: per esempio, del mondo della scuola (ma non solo). Insomma, il MED è chiamato a crescere sia come organizzazione singola, sia nella rete delle sue relazioni.

"La prima dimensione del MED è la costruzione di valori" è la suggestiva espressione che Mario Morcellini ha usato in conclusione della tavola rotonda del sabato. Potrebbe diventare lo slogan per il secondo decennio. Le cronache di questi giorni offrono purtroppo numerosi motivi di riflessione (e preoccupazione): dalla recrudescenza della criminalità in alcune aree del Paese ai nuovi e aberranti usi delle videocomunicazioni fra i più giovani. E da più parti si sottolinea l'importanza della prevenzione. Insomma, c'è più che mai bisogno di educazione, di valori; anche la Media Education è fortemente interpellata.

Primi passi: la sfida del curricolo

di Filippo Ceretti

Per dare significato ai progetti di media education in Italia non è più sufficiente affidarsi alla pratica laboratoriale mirata sul prodotto.

Ci pare che l'attivazione di percorsi di media education nelle scuole italiane abbia ormai raggiunto eccellenti livelli di qualità un po' dovunque (sia grazie al gruppo – ancora esiguo – di esperti che si aggirano per la penisola, sia grazie alla crescente competenza di numerosi insegnanti), anche se la sua presenza non è ancora quantitativamente corrispondente alle speranze di chi conosce il panorama internazionale di media education. Tuttavia, appare ancora trascurata la riflessione intorno all'opportunità di costruire una guida omogenea alla molteplicità degli approcci e dei percorsi, che sia in grado di evidenziare una progressione organizzata e solida in vista dello sviluppo di una completa competenza mediale negli alunni. Gli elementi di criticità inerenti alle esperienze di educazione ai media in Italia, infatti, si rac-

colgono intorno al rischio che i contenuti insegnati manchino di coerenza interna, alla esclusiva attenzione verso i messaggi mediali (a discapito di una visione più ampia che coinvolga anche gli aspetti contestuali della comunicazione mediale) e alla scarsa sistematicità delle iniziative e dei processi. Insomma, in Italia manca un curricolo di media education¹. A questa esigenza vorrebbe cominciare a rispondere il volume *Primi passi nella media education. Curricolo di educazione ai media per la scuola primaria* (Erickson, Trento 2006), che nasce dallo sforzo di raccogliere, organizzare e valorizzare le esperienze e il know-how professionale, accumulato negli anni, all'interno di una progressione ordinata e organica. I tredici percorsi proposti nel manuale, rivolto agli insegnanti della scuola primaria e dell'ultimo anno di scuola dell'infanzia, sono infatti collocati in un progetto d'insieme, costruito secondo una logica curricolare², che mira a disporre le diverse attività didattiche entro una precisa struttura tridimensionale:

- a. *dimensione cronologica*: i percorsi sono disposti lungo un asse temporale di sei anni, dall'ultimo della scuola dell'infanzia fino al termine della scuola primaria;
- b. *dimensione tipologica*: le attività prevedono che gli alunni abbiano la possibilità di incontrare tutti i principali media (stampa, fotografia, radio, televisione, fumetto, cartoon, ipermedia, internet, videogame);
- c. *dimensione teorico-concettuale*: il curricolo presta attenzione particolare a garantire la presenza delle principali strategie di approccio allo studio dei media, in modo che gli alunni siano in grado di porsi di fronte al sistema mediale secondo prospettive concettuali differenti.

A questo proposito, il nostro lavoro si è particolarmente concentrato sull'individuazione e la definizione di alcune "aree di competenza"³:

1. saper leggere i media: la struttura linguistica dei messaggi mediali richiede anzitutto che il curricolo preveda, all'interno dei percorsi, l'attivazione pro-

⁽¹⁾ Come sottolinea Cesare Scurati, «è chiaro che la media education presenta ormai titoli tali da non rendere più giustificabili i ben noti confinamenti (culturali, curricolari, organizzativi) che l'hanno collocata ora in una dimensione ludico-ricreativa ora in comparti di fatto appendicolari delle progettazioni formative... [È necessario] intervenire con prontezza di reazione ma con solidità di argomentazione pedagogica nei processi di riorganizzazione curricolare» ("Intermed" n. 2, anno 11, Settembre 2006, p. 2).

⁽²⁾ La logica curricolare risponde ai principi di intenzionalità, selettività, gradualità, organizzazione, razionalità, condivisione, pubblicità e continuità, al fine di costituire un «insieme organicamente progettato e realizzato per far conseguire agli alunni i traguardi di istruzione e formazione previsti» (C. Scurati, *Il curricolo: costruzione e problemi*, in: F. Cambi (a cura di), *La progettazione curricolare nella scuola contemporanea*, Roma, Carocci, 2002, p. 45).

⁽³⁾ La scelta delle "aree di competenza" nasce da una valutazione incrociata di svariati modelli presenti nelle teorie della media education. Ad esempio, secondo la prospettiva di media education per la scuola primaria proposta dal British Film Institute di Londra, i cosiddetti "temi di interesse" sono sei: tecnologie di produzione, linguaggi, rappresentazioni, categorie, istituzioni e pubblico dei media. La nostra ipotesi, che ruota intorno a cinque aree concettuali di studio, punta a soddisfare i requisiti di semplicità (dal momento che si rivolge ad una particolare utenza), razionalità (secondo criteri tratti sia dalle scienze dell'educazione sia, soprattutto, dalle scienze della comunicazione) e operatività (in modo che sia immediata la "traduzione" delle istanze concettuali in attività didattiche precise).

La Redazione di
Intermed
augura
a tutti i lettori
un sereno Natale e
un felice
anno nuovo

gressiva di un processo di alfabetizzazione di base, in modo da assicurare lo sviluppo della capacità di comprendere il contenuto dei testi medialti;

2. *saper scrivere* con i media: in generale, molti dei progetti di media education si costruiscono attorno al progetto e alla realizzazione di un prodotto mediale, soprattutto quelli rivolti ai più giovani; anche i percorsi contenuti nei *Primi passi* – proprio nell’ottica di mettere a frutto le “buone pratiche” perfezionate nel corso degli anni – ruotano intorno alla produzione di testi medialti; tuttavia alcuni di essi mettono a fuoco in modo specifico le implicazioni concettuali dello “scrivere” con i media, stimolando la riflessione sull’intenzionalità comunicativa e sui mezzi più opportuni per la costruzione di messaggi che raggiungano l’obiettivo comunicativo prefissato;

3. *saper valutare criticamente* i media: lo sviluppo di uno «spirito critico» è tradizionalmente uno dei grandi obiettivi educativi della media education. Anche il curriculum per la scuola prima-

ria (e in particolare alcuni dei percorsi proposti) ha di mira la coltivazione di una semplice capacità di cogliere e valutare gli aspetti legati agli sfondi etici, estetici e socio-culturali inscritti nei testi medialti;

4. *saper fruire* i media: il curriculum prevede una serie di attività didattiche mirate a sensibilizzare gli alunni alla riflessione intorno alle proprie scelte e abitudini di consumo mediale, nell’ottica di creare degli spettatori autonomi e consapevoli, capaci di orientarsi all’interno del sistema mediale, caratterizzato oggi dalla sovrabbondanza di alternative comunicative;

5. *saper essere cittadini* della società dei media: a partire dalla constatazione che il sistema mediale nel suo insieme rappresenta sia l’ambiente relazionale del villaggio globale sia il luogo di costruzione stessa della nostra società, il curriculum mette a tema il rapporto tra i media e la cittadinanza. Essere cittadini oggi significa possedere gli strumenti adatti ad entrare in relazione

con le componenti sociali attraverso la “mediazione dei media”; in tal senso è strategica sia la capacità di cogliere il modo in cui i testi medialti creano e distribuiscono modelli sociali forti e condivisi sia la conoscenza delle strategie per rendere i media uno strumento efficace di partecipazione alla costruzione della società.

La struttura del curriculum dei *Primi passi* è certamente ambiziosa, frutto di una lunga elaborazione sul duplice livello della sperimentazione pratica delle attività didattiche – il curriculum si propone di raccogliere la decennale esperienza dei numerosi progetti attivati dal MED – e della riflessione teorica, sfruttando le differenti competenze di tutti i numerosi partecipanti al progetto. D’altra parte, l’obiettivo educativo che ci si propone è d’alto profilo: lo sviluppo nei piccoli alunni di una “competenza mediale di base”, ossia la creazione di soggetti in cammino verso la piena consapevolezza della propria appartenenza ad un mondo che dipende in gran parte – secondo prospettive e logiche diverse – dalla presenza strategica del sistema mediale.

Che cosa il MED può fare a Roma

Martedì 5 dicembre si è svolto nella Sala del Carroccio in Campidoglio un importante incontro per la presentazione alla Città delle iniziative di **Scuola.Com** (struttura permanente creata all’interno del Dipartimento di Sociologia e Comunicazione del prof. Mario Morcellini e coordinata dalla dr. Ida Cortoni) e del **MED-Lazio**. Era presente un folto gruppo di insegnanti, di studenti dell’Università La Sapienza e i rappresentanti delle istituzioni comunali: il vicesindaco di Roma, on. Maria Pia Garavaglia, l’Assessore per la scuola (Maria Coscia) e l’assessore per la famiglia (Lia Di Rienzo), il Presidente della XII Commissione (Alfredo Ferrari).

A conclusione della sua relazione, il nostro Presidente, Prof. Roberto Giannatelli, ha proposto dei progetti che troverebbero in Roma la loro sede naturale: “Come ho detto durante il Congresso *La sapienza di comunicare*, organizzato per il decennale del MED, sogno per Roma la costituzione di un *centro di eccellenza per la media education*, un luogo dove si possa raccogliere la documentazione relativa alla ME in Italia e in ogni parte del mondo, un laboratorio di idee e di sperimentazione, una casa aperta a chiunque voglia incontrare coloro che credono nella causa della ME, cioè i *media educator*, e cercano i mezzi e le strategie per preparare le nuove generazioni a porsi da protagonisti nella cultura dei media”.

A proposito di Primi passi...

interviste a cura di **Angela Castelli e Alberto Parola**

Abbiamo intervistato alcuni dirigenti e insegnanti che hanno partecipato a MENS (Media Education Nella Scuola) da cui è nato Primi passi nella media education. Abbiamo rivolto le seguenti domande:

1. Per la prima volta in Italia nasce un curriculum di Media Education completo e strutturato: la scuola è pronta per accogliere percorsi di questo tipo? E la Sua Scuola?

2. Da un punto di vista istituzionale, come si possono sviluppare le attività di educazione ai media nelle scuole, in modo che non rappresentino momenti estemporanei di riflessione per insegnanti e bambini, bensì progetti di lungo periodo?

3. Quali sono, secondo Lei, le reali opportunità offerte dal curriculum alla scuola?

4. Come si organizza la Sua scuola per la sperimentazione?

5. Quali sono le difficoltà e in che modo si possono superare?

6. Quali suggerimenti proporrebbe ai Dirigenti che non hanno mai appoggiato queste attività o agli insegnanti che "vorrebbero, ma non osano"?

7. E al Ministero dell'istruzione?

8. Come penserebbe di informare e coinvolgere le famiglie sull'introduzione di un curriculum di Media Education?

Risponde la prof.ssa Emilia Brambilla, dirigente dell'Istituto Comprensivo Statale "Don Orione" di Milano.

1. Il curriculum di Media Education è assolutamente innovativo nello scenario della Scuola italiana.

È vero che ormai, da parecchi anni i media sono entrati nella scuola, e ancor più dopo la Riforma Moratti (che fra l'altro prevede l'Educazione all'immagine e l'Informatica), ma l'approccio ad essi è ancora prevalentemente legato al loro uso come tecnologie innovative, e non alla loro conoscenza.

Molto si fa nell'area delle nuove tecnologie, ma le diverse esperienze, seppur altamente positive e qualificate, costituiscono momenti separati che non confluiscono in un unico curriculum.

Quanto descritto accade anche nell'Istituto Comprensivo che dirigo: sia nelle classi della scuola primaria, sia in quelle della secondaria di 1° grado a tutti gli alunni è offerto per esempio l'insegnamento dell'informatica, senza che si sia attuato un salto qualitativo, che favorisca l'inserimento della Media Education. Questo è imputabile al fatto che si evidenziano gli ostacoli che spesso si incontrano di fronte alle innovazioni: c'è resistenza di fronte al cambiamento nel modo di lavorare, alla necessità di un confronto serrato tra i colleghi, oltre che al reperimento di fondi necessari per sostenere l'attività.

2. Per fare in modo che la Media Education entri a pieno titolo nella Scuola è necessario sviluppare una cultura che concepisca i media non solo come strumenti, ma come oggetto dell'azione didattica. Il Dirigente Scolastico può sensibilizzare il Collegio in questa direzione, se lui stesso anzitutto crede in questa opportunità, deve sostenere chi intende sperimentare questa nuova modalità di approccio agli strumenti mass-mediali, agendo affinché tale sperimentazione non sia estemporanea.

3. Per quanto riguarda le opportunità offerte dal curriculum della Media Education ritengo che in particolare si debba soffermare l'attenzione su tre elementi:

- la concezione della classe come laboratorio
- l'indicazione della metodologia "learning by doing"
- l'introduzione della ricerca-azione.

4. Come per tutte le innovazioni e sperimentazioni è importante la costituzione di un gruppo trainante, che operi ed esso stesso si faccia propositivo nei confronti degli altri colleghi docenti. Il lavoro di questo nucleo ristretto, se condiviso, diventa poi patrimonio di tutto l'Istituto.

5. Le difficoltà maggiori sono quelle che si riscontrano quando si affronta la novità: modificare il modo di percepire la scuola e l'insegnamento, di mettersi in

gioco continuamente, pur valorizzando la professionalità acquisita.

6. Ai Dirigenti Scolastici spetta il compito di approfondire in prima persona lo spessore culturale della Media Education, di valorizzare le opportunità che il curriculum offre, istituire all'interno della scuola un gruppo di lavoro.

7. È difficile dare suggerimenti in un momento così delicato, di cambiamento nella Scuola. La riflessione sulla tematica della Media Education e il suo sostegno da parte degli organi istituzionali (ad es. Ufficio Scolastico Regionale), così come è accaduto per altri temi (TIC - Prevenzione- ecc.) sicuramente potrebbero essere un forte stimolo per la Scuola.

8. L'informativa alle famiglie e il coinvolgimento delle stesse a riguardo della Media Education può avvenire attraverso quegli strumenti che sono a disposizione dell'istituzione scolastica: momenti di presentazione della scuola ai genitori, open day, diffusione del POF, utilizzo del sito.

Rispondono la prof.ssa Loredana Orlandini, dirigente dell'Istituto Comprensivo Statale "G. Salvemini", Torino e la prof.ssa Anna Paola Buonafante, insegnante referente presso lo stesso Istituto.

1. (Dirigente) Sostanzialmente il concetto di curriculum ha sostituito i dibattiti sui problemi degli obiettivi e dei contenuti dei decenni precedenti, mentre si sono sostituiti a questi le questioni della scuola come istituzione complessa, del cambiamento sociale e dell'innovazione educativa, dell'autonomia scolastica, della costituzione di istituti comprensivi. Il curriculum trae il suo valore nel tentativo di risolvere problemi, con la sua adattabilità e flessibilità, e nell'essere realizzato da parte di coloro che operano nella e per la scuola. A maggior ragione, un curriculum specificamente pensato e progettato per un'attività innovativa come l'educazione ai media, rappresenta l'elemento di supporto alla ricerca applica-

ta sul campo e rivolta a migliorare la pratica quotidiana di cui il curricolo ha assoluto bisogno. A ciò consegue una forte rivalutazione della professionalità docente che si contraddistingue per le scelte culturali, per la decisionalità strategica, per la razionalità collegiale e le competenze didattiche e di partecipazione ai processi di ricerca.

2. *(Dirigente)* Molte scuole sono già preparate ad affrontare il tema del curricolo. Anche nella scuola che dirigo abbiamo lavorato al tema dei curricoli per oltre tre anni con la collaborazione e supervisione di un docente universitario. Si è scelto di operare per aree tematiche (area linguistica, matematica, scientifica, antropologica) e per ordini di scuola (infanzia, primaria, secondaria di primo grado). Ogni area ha compreso diverse discipline, ad esempio l'area linguistica comprende anche lingue e letterature straniere, l'area scientifica comprende le tecnologie e l'informatica, e per ogni disciplina si sono elaborati piani di studio comprensivi di obiettivi, contenuti, metodologie, verifiche e valutazioni. Sono stati poi confrontati gli esiti del lavoro dei diversi gruppi per costruire un percorso unitario che accompagni gli studenti dal loro ingresso nella scuola dell'infanzia al passaggio alla scuola superiore. Restano però da completare parti importanti come la valutazione delle competenze al termine di ogni ciclo di studi, la certificazione delle competenze, i raccordi valutativi nelle classi di passaggio tra ordini di scuola, la trasparenza dei criteri valutativi nell'assegnazione dei giudizi finali e intermedi ai singoli studenti.

Le scuole sono in grado dunque di ben comprendere una proposta sui curricoli, tuttavia, è forse più difficile avere chiaro, in forma più generalizzata, il concetto di Media Education: spesso la scuola interpreta ancora i media come strumenti utili a movimentare un po' la didattica, a renderla meno pesante (educare "con i media"), non sono ancora pronte in molti casi a considerare i media come veri e propri oggetti di studio e risorsa per un'educazione alla cittadinanza attiva. Quanti docenti e dirigenti sono pronti ad accettare e condividere che l'educazione ai media è educazione alla democrazia ed alla cittadinanza attiva?

3. *(Dirigente)* L'uso delle tecnologie nella scuola, soprattutto quella di base, è piuttosto "arretrato" rispetto al modo in cui i ragazzi le usano quotidianamente; la scuola sembra essere rimasta, appa-

rentemente, inalterata dall'avvento della tecnologia digitale, ma non altrettanto si può dire della vita dei bambini e dei ragazzi al di fuori dell'ambiente scolastico. L'infanzia è permeata dai media moderni: telefoni cellulari, televisione, video, videogiochi, Internet; il contrasto tra ciò che avviene al di fuori e ciò che avviene in classe è notevole. La tecnologia porterà cambiamenti sociali e psicologici al di là di chi sia ad usarla e come la usi. Quando arriva a scuola, lo studente porta con sé tutto il suo mondo, le sue immagini, le sue domande. L'onnipresenza dei media porta i bambini a farsi molte domande sul mondo che li circonda, vicino o lontano che sia. Le immagini violente, viste alla sera prima al telegiornale, fa porre la domanda "È vero? È falso? Succede veramente nel mondo?". La scuola non potrà non raccogliere queste domande; anche volendo ragionare su un piano strettamente correlato dell'efficacia dell'apprendimento, occorrerà tenere in considerazione gli interrogativi degli studenti di ogni età (il dramma dell'11 settembre ha fornito numerosi esempi a questo proposito). Se si concorda che la scuola non deve solo istruire, ma anche trasmettere i valori della società, non può, che lo voglia o no, fare a meno dei media, non può non aiutare ad assumere una distanza critica rispetto ai media. Se si affronta il problema da questo punto di vista si comprende l'importanza di un curriculum di educazione televisiva per uscire da quella che chiamo "marmellata mediatica" nella quale si mescolano linguaggi, proprietà e potenzialità dei media più diversi. Gli stessi insegnanti, diffidenti e spesso impauriti dalla tecnologia, troverebbero giovamento dalla sperimentazione, guidata e assistita, a curricoli di educazione ai media. A sostegno delle loro difficoltà va detto che soprattutto la scuola di base, povera da sempre di risorse e mezzi, ha messo ben poca tecnologia a disposizione dei docenti, lasciando loro la libertà di usarli e anche di fare qualche danno pur di imparare. Occorre affrontare il tema della trasversalità e dell'interdisciplinarietà. Chi, come le scuole della rete *Teleintendo*, ha sperimentato queste opportunità, è in grado di affrontare l'educazione ai media nella consapevolezza della totale pervasività delle materie. Occorre sostenere il coraggio di provare – e anche di sbagliare – in chi ne avrebbe voglia, ma non osa.

4. *(Insegnante)* Nel corso delle ultime riunioni dello scorso anno scolastico, tut-

to il collegio è stato informato della possibilità di avviare la sperimentazione. All'inizio del nuovo anno mi sono personalmente occupata di coinvolgere alcuni colleghi in una lettura approfondita del curricolo. È in corso un ampio lavoro che, anche grazie alla supervisione di un esperto esterno, dovrebbe permetterci di costruire alcuni percorsi per rispondere ai bisogni educativi dei nostri alunni. Risulta significativo che tutte le classi prime della scuola Primaria dell'Istituto e le due sezioni della Scuola dell'infanzia abbiano aderito all'iniziativa, stimolate da attività facilmente attuabili (non è necessario avere competenze tecniche particolari per sviluppare alcuni percorsi). Con la mia classe (del quarto anno) colgo l'occasione per consolidare e ripercorrere alcune tematiche che sono state affrontate nel corso di questi ultimi anni, con tempi e modalità differenti, mentre sto tentando di coinvolgere in quest'attività due classi di scuola secondaria di primo grado. Inoltre, speriamo di aver l'opportunità di sistematizzare alcune conoscenze acquisite nel tempo. Alcu-

Rinnova la tua iscrizione al MED per il 2007

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

PER INFORMAZIONI

Presidenza MED:

Tel. 06.87290296

Fax 06.87290698

Email:

giannatelli@ups.urbe.it

ne proposte ci permetteranno di ritornare ad alcune questioni che talvolta per mancanza di tempo abbiamo trattato solo marginalmente, in altri casi ci offriranno l'opportunità di analizzare nuovi aspetti, sia di carattere pratico, sia di carattere teorico. Ci sono alcuni colleghi che hanno espresso interesse ad avviare un lavoro proficuo che ci permetta di crescere non solo nell'ambito di questo progetto, ma in generale nell'attuazione di buone pratiche che consentano ai ragazzi, a noi docenti e alle famiglie, di condividere esperienze significative per la nostra crescita morale, sociale e culturale.

Infine, ci tengo a sottolineare che nella nostra scuola, in questi ultimi anni, un gruppo di colleghi, con l'appoggio del Dirigente Scolastico, si è impegnato a proporre percorsi di lavoro sull'educazione ai media ed in particolare sull'educazione all'immagine televisiva, mentre gli stimoli offerti dal lavoro di monitoraggio sulla trasmissione "Melevisione", ci ha permesso di sviluppare molteplici percorsi ed attività, tra cui "Zapping tra gli spot: raccolta video differenziata" "Leggere la Tv", "Telemangi o telebevi", "Aranciamoci", "Bibidi bobidi bulli", che hanno coinvolto docenti, alunni e genitori.

5. (*Insegnante*) Le famiglie delle classi interessate sono state informate durante tutti i momenti di carattere istituzionale (assemblee di classe, colloqui, ecc.). L'informazione relativa alla sperimentazione è stata estesa, però, a tutti i genitori dell'istituto. L'occasione di recarsi a Siena, per ritirare dei premi vinti grazie a tre video prodotti dalla scuola, ci ha offerto la possibilità di raccontare a molte famiglie cosa la scuola fa nell'ambito del progetto "Teleintendo" e di porre l'attenzione sulla sperimentazione dei curricula in collaborazione con l'Università di Torino.

Il sito del MED

www.medmediaeducation.it

I settori del sito MED

- Esperienze
- Documenti
- MED regioni
- Dal mondo
- Link

6. (*Dirigente*) Sono sicura che un'esperienza come quella affrontata dalle "scuole di rete" sia proponibile a tutte le scuole come elemento non solo importante, addirittura fondamentale se si condividono le premesse riferibili alla prima domanda. Occorre attivare una prospettiva innovativa e di ricerca. Sollecitando i docenti ad operare in tutti i settori della sperimentazione non si ottengono facilmente grandi consensi, ma il lavoro continuo e spesso silenzioso di colleghi motivati, porta in breve tempo a coinvolgerne altri, a volte anche solo per curiosità. Certamente occorre sostenere, seguire, incoraggiare, conoscere gli sviluppi del progetto nel dettaglio; spesso i dirigenti tendono a delegare al docente referente compiti di coordinamento e progettazione che sono propri di una figura direttiva. Inoltre, difficilmente un genitore chiede come va l'educazione ai media, ma sempre si preoccupa di come va il programma di italiano. Un docente preparato e motivato sa spiegare a un genitore quali e quanti benefici un ragazzo e la sua classe possono trarre da un lavoro di questo tipo. Sono certa che le classi che si impegnano nella sperimentazione dei curricula della scuola dell'infanzia e primaria saranno pronte a proseguire il lavoro nelle classi successive. Occorre costruire percorsi di continuità e curricula verticali per le aree di apprendimento e ci sarà posto anche per l'educazione ai media, che sarà sentita come un bisogno fondamentale. Come per ogni progetto servono risorse umane e finanziarie, formazione per sensibilizzare, tecnologie disponibili e docenti preparati e motivati.

7. (*Dirigente*) Per quanto riguarda il Ministero, a parte le disponibilità dichiarate in sede di seminari e convegni, il "contatto vero" per far conoscere il progetto si presenta molto difficile. Il decentramento delle competenze agli organi regionali, con la costituzione delle Direzioni Scolastiche Regionali, ha spostato l'asse di comunicazione con la sede nazionale. Molte sono le difficoltà e le priorità gestionali che occupano i direttori Regionali, si fatica a trovare spazi di ascolto e condivisione sulle tematiche progettuali. Spesso alle scuole vengono richiesti dati per monitoraggi sulle attività svolte nell'ambito dei POF (ambito delle collaborazioni con le famiglie, dei progetti attinenti alle diverse educazioni: stradali, ambientali, della salute, della sicurezza, etc.), le scuole rispondono, inseriscono informazioni per

non si sa bene quale banca dati. Manca spesso un canale comunicativo che dia visibilità alle tante eccellenze progettuali a cui le scuole danno vita continuamente, sia nelle grandi città che nelle province.

8. (*Dirigente*) Le famiglie saranno informate durante gli incontri di classe dedicati alla presentazione della programmazione dei Consigli di Interclasse e di Classe, come per i curricula di tutte le discipline. La docente referente del progetto, più in particolare, ha dedicato parte del tempo ad informare i genitori delle classi interessate. In buona parte i genitori della scuola, attraverso il progetto *Teleintendo* e le diverse proposte formative a suo tempo attivate, hanno già avuto modo di affrontare i temi della Media Education e della Tv education, quantomeno ne hanno sentito parlare e sono abbastanza preparati ad accogliere un discorso specifico sui curricula. Tuttavia, difficile è raggiungere tutti e comunicare con tutti, ma con alcuni proprio non è possibile, anche su temi ben più coinvolgenti per i loro figli.

Rispondono le insegnanti M. Grazia Maraballo e Mirella Vonghia, rispettivamente in servizio presso la Scuola Primaria "G. Mazzini" - II Direzione e la Scuola Primaria "S. D'Acquisto" - III Direzione di Padova.

1. È difficile dire se la scuola sia pronta ad accogliere un curriculum di Media Education. E poi che significa "pronta"? Preparata? Forse sì. In attesa? No, non credo. Ci pare che la scuola italiana da troppo tempo non viva un'autentica passione - tensione educativa, un'attesa palpitante, una voglia di concreto cambiamento. In questi anni è stata piuttosto investita e travolta da riforme, decreti, circolari che le hanno tolto vitalità, senza neanche darle il tempo e forse anche la possibilità di capirle, sperimentarle, valutarle, appropriarsene, prima che qualcuno venisse a buttare tutte le carte all'aria, come se ogni esperienza fosse solo da rinnegare anziché elaborare. Risultato: è cambiato molto? Non è cambiato niente? Tutto è immobile, stagnante? Non è possibile generalizzare: esistono isole felici in perenne ascolto dei bisogni veri dei bambini, altre in cui esistono più i diritti degli adulti... Troppe volte, soffocati da carte e burocrazia, abbiamo perso di vista il bambino e le spinte evolutive della società.

Se la scuola italiana è stordita e confusa come la nostra percezione, allora, sì, ha bisogno di un percorso chiaro, delineato, forte, di un'idea guida che renda sincero l'intervento educativo. Se la scuola non è pronta, ha certamente bisogno della Media Education e non sa quanto! Ne ha bisogno per vivificarsi, per saldarsi con la realtà, con le infinite rappresentazioni multimediali che sono il pane quotidiano dei nostri alunni, la melassa in cui sono immersi, per toglierli da questa vischiosità e dar loro un mestolo per girare e rendere digeribile e forse anche gustosa questa marmellata d'immagini, per dar loro qualche possibilità di manovra di tanti strumenti altrimenti disumanizzanti. Per noi che abbiamo avuto la fortuna di essere... contaminati, di aver capito quanto sia essenziale la ME, di sperimentarla scoprendo quanto accenda la mente dei bambini senza essere una materia in più ma uno strumento insostituibile del sapere del nostro tempo, sembra ora impossibile non convincere gli altri di tanta chiara e semplice necessità.

2. Solo la consapevolezza che le attività di educazione ai media possono essere prima e necessaria alfabetizzazione, sfondo e strumento delle altre discipline può traghettarci verso progetti integrati di lungo periodo. È necessario rielaborare la frammentarietà e l'episodicità di tante esperienze significative che già si svolgono nelle scuole in modo estemporaneo per sviluppare una concreta competenza, costruita sul campo delle buone prassi quotidiane. L'educazione ai media non può diventare un'ulteriore disciplina, non dev'essere il laboratorio occasionale, né configurarsi come l'ora di arte e immagine, ma entrare a pieno

titolo nel Piano dell'Offerta Formativa come metodologia che attraversa tutte le materie e le attività, perché ha la dignità di linguaggio essenziale, di urgenza sociale che dev'essere offerta a tutti e non ultimo di possibilità di accedere consapevolmente alla bellezza della comunicazione sperimentata in tutte le sue forme, nella sua pienezza e potenza espressiva.

3. Come si è già detto il curricolo ci tutela dalla frammentarietà, dalla episodicità. Nello stesso tempo coesistono organicità e significatività sia nella singola proposta che nella gradualità del percorso, perché nell'uno e nel tutto si trova la stessa forte impronta, i cinque indicatori dell'idea guida, sia toccando tutti i media che all'interno di ogni percorso. Questa caratteristica del curricolo lo rende flessibile ai bisogni dei bambini e alle esigenze della classe, in evoluzione e malleabile fra le mani dell'insegnante che voglia lasciarsi portare dalle suggestioni del vissuto del bambino, oppure condurli attraverso tutte le tappe di un cammino prefissato. Per questa sua struttura aperta il curricolo può essere adottato in qualsiasi classe, seguito in modo sequenziale o accolto e sperimentato solo in alcune sue sezioni, senza dimenticare che sono suggeriti ulteriori argomenti, approfondimenti, ampliamenti.

4. Nella III Direzione didattica di Padova è stata avviata la sperimentazione che abbraccia tutte le classi, dalla prima alla quinta, invitando le colleghe a calibrare il loro patrimonio didattico in un orizzonte più ampio e nitido nell'intenzionalità del progetto. Dopo alcune riunioni di coordinamento per far scegliere agli insegnanti i percorsi che intendevano

realizzare, abbiamo cercato di definire meglio il progetto, pensando di articolarlo sulle potenzialità di nuovi e vecchi media. Due insegnanti in pensione, socie del MED, faranno da consulenti e seguiranno l'esperienza nelle classi, collaborando nelle fasi di ideazione, realizzazione e monitoraggio delle attività. Inoltre è previsto il coinvolgimento delle famiglie che si svilupperà su due piani: il primo, in una logica di condivisione degli obiettivi educativi relativi alla comunicazione, prevede alcuni incontri di formazione che saranno curati da insegnanti esperti e docenti universitari; il secondo, vedrà i genitori coinvolti in modo più attivo, nella progettazione e nella realizzazione di prodotti.

5. Le difficoltà maggiori s'incontrano nel coordinare e armonizzare gli interventi in modo che ogni insegnante possa comunque scegliere liberamente il percorso più adatto ai suoi alunni e alla propria "sensibilità" didattica che non deve essere condizionata dall'idea progettuale.

6. Ai Dirigenti si potrebbe suggerire di implementare le attività di formazione per i docenti, e di sostenere con convinzione eventuali iniziative e progetti; ai colleghi timorosi, di provare a cimentarsi in questi nuovi percorsi didattici, da cui potranno trarre senz'altro nuovi stimoli e appaganti motivazioni, utili per un rinnovato senso della propria professionalità.

7. È oramai non più rinviabile l'apertura delle istituzioni alla comunicazione e all'esigenza di contribuire alla diffusione dei codici mediali e degli strumenti della comunicazione, perciò il Ministero dell'Istruzione dovrà sentirsi impegnato a garantire finanziamenti mirati, formazione per tutti i livelli professionali e sostegno normativo adeguato.

8. Dalle famiglie emerge una richiesta, non sempre esplicita, di coinvolgimento, a volte anche di aiuto, nella gestione della relazione educativa con i propri figli: questo, in parte, facilita la scuola nell'attivare canali comunicativi volti a sensibilizzare i genitori su tematiche ormai divenute essenziali come quelle della Media Education. Il primo passo decisivo deve essere compiuto dalla scuola, nella piena consapevolezza del suo ruolo carismatico, anche sopra accennato, intesa come luogo di produzione di valori: siamo convinte che vale la pena di tentare!

Summer School 2007

"LAVORI IN CORSO"

La Summer School 2007 si svolgerà come di consueto a Corvara in Val Badia (BZ) da sabato 7 a domenica 15 luglio.

Il tema proposto per questa edizione è "La cittadinanza digitale. Problemi e opportunità dell'incontro della Media Education con le nuove tecnologie".

Nel prossimo numero di "InterMed" forniremo tutte le informazioni necessarie.

La sperimentazione dei curricoli di media education

di Alberto Parola

Da circa un anno, la collaborazione con il MED ci ha stimolato a orientare l'attività di ricerca verso una sperimentazione del curricolo di media education "Primi passi", dedicato alle scuole dell'infanzia e alle scuole primarie. Essa si presenta in continuità con i progetti sino ad ora condotti, nell'ottica di una educazione ai media e alla comunicazione.

Tale continuità risulta evidente laddove una prima fase di coordinamento di reti di scuole (dal 1999), di sinergia tra differenti partner istituzionali, la messa a punto di attività didattiche di educazione ai media, l'attività di monitoraggio dei programmi televisivi dedicati all'infanzia (dal 2001), nonché di riflessioni teoriche sull'efficacia di tali percorsi e di ricerche sul campo, ci ha aperto la strada (2003 e 2004) al progetto Mens (Media Education Nella Scuola), ideato da P.C. Rivoltella e di cui anche Floriana Falcinelli ne ha tratto una pubblicazione descrivendo metodi, strumenti e finalità nel contesto della regione Umbria (*Media education: un'esperienza di ricerca-formazione in alcuni istituti superiori della provincia di Perugia, Morlacchi, 2005*). Tale progetto ha consentito a insegnanti e ricercatori di operare in differenti regioni italiane e in molte scuole di varie province, cogliendo l'occasione per mettere in pratica percorsi che venissero incontro ai bisogni e alle esigenze degli istituti e di ogni singola classe. Pertanto, in tale fase, si è lavorato autonomamente (in attesa di un coordinamento che tenesse conto delle esigenze e delle risorse delle diverse realtà) per dare spazio alla creatività e alla curiosità dei docenti all'interno del loro contesto territoriale. Tale attività è durata due anni con alterne fortune a seconda delle differenti situazioni. Conclusasi l'attività Mens (a Torino con accento sui percorsi di educazione all'immagine e ai linguaggi televisivi, convenzionalmente nominata Tens), allo scopo di incominciare a riflettere e a provare a progettare un eventuale curricolo da presentare al mondo della scuola (altre ottime proposte sono state pubblicate in passato nel nostro paese: ad esempio, si pensi a Moro e Messina), abbiamo avviato la fase di costruzione vera e pro-

pria del documento, avviata nell'estate del 2005 e pubblicata nell'estate del 2006 con i *Primi passi nella Media education*, edito da Erickson.

La costruzione del curricolo è stata guidata da un quadro teorico che tenesse conto della letteratura e della tradizione pedagogica e valoriale di differenti paesi europei e delle riflessioni provenienti oltreoceano, ma anche dalle esperienze e dalle buone pratiche messe in atto da molti insegnanti che afferiscono al Med. Una volta messo a punto il curricolo, costituito di tredici percorsi che comprendono esperienze di fotografia, radio, fumetto, cartoon, Tv, ipermedia e Internet, stampa e videogioco, abbiamo previsto un periodo di sperimentazione dello stesso, in particolar modo, intervenendo su due differenti livelli:

- il primo riguarda la consegna dei percorsi agli insegnanti (nel nostro caso a un gruppo che costituisce la Rete Teleintendo, una realtà che da anni lavora in sintonia sul territorio di Torino e provincia), previa riunioni di coordinamento, in modo che possano essere liberamente utilizzati a seconda delle esigenze e degli interessi (eventualmente anche riadattati);

- il secondo, riguarda una fase di sperimentazione vera e propria, con la messa a punto di un disegno sperimentale per le cinque dimensioni individuate all'interno del quadro teorico del curricolo (le competenze di lettura, scrittura, autonomia critica, fruizione e cittadinanza), e di strumenti di valutazione *ad hoc* ritagliati sulle singole attività) per rilevare, grazie a un intervento iniziale e uno finale, se, quanto e attraverso quali modalità, hanno influito i percorsi sulle competenze specifiche dei bambini delle classi sperimentali.

Inoltre, nello specifico, dopo aver effettuato alcuni incontri (da settembre 2006) per spiegare la struttura e gli obiettivi del curricolo, abbiamo invitato gli insegnanti a:

- a) prendere visione dei percorsi,
- b) valutare, anche insieme ai loro colleghi, quali di questi potessero risultare

- maggiormente interessanti (senza pregiudizi e in piena libertà),
- c) verificare quali classi della loro scuola coinvolgere nella sperimentazione,
- d) condividere dubbi e difficoltà,
- e) seguire il percorso scelto *tout court*, oppure apportare alcune modifiche in base alle loro esigenze di contesto.

Hanno aderito all'iniziativa circa dieci scuole della Rete, per un totale di trenta classi. Molte di queste, in passato, hanno già effettuato percorsi di Tv education, mentre altre risultano pressoché digiune circa le medesime attività.

Inoltre, da un punto di vista delle risorse necessarie per sostenere la sperimentazione abbiamo previsto e progettato:

- un laboratorio di Pedagogia sperimentale (che prevede 30 ore di training da novembre 2006 a gennaio 2007 e 50 ore di tirocinio sul campo da gennaio a maggio del 2007) comprendente tirocinanti e tesisti del corso di laurea in *scienze della formazione primaria*, al fine di prepararli e coinvolgerli in una attività di affiancamento agli insegnanti, sin dall'inizio della sperimentazione (gennaio 2007).

- alcuni strumenti di valutazione per rilevare se e quanto i percorsi raggiungono gli obiettivi dichiarati nelle singole attività

- la messa a punto di una sezione archivio on-line (presso il sito www.medpiedmonte.it) per condividere gli strumenti con le altre regioni interessate a svolgere la sperimentazione.

⁽¹⁾ Ci riferiamo all'opera curata da Ceretti F., Felini D., Giannatelli R., *Primi passi nella Media education*, Trento, Erickson, 2006. Per approfondimenti in riferimento al quadro teorico e ai percorsi citati in questo contributo, consultare il volume.

Il seguente passo è tratto da “Verso la definizione modello didattico di ME”, di Daniela Maccario, documento ad uso interno “Valutare percorsi di media education”, di Maccario D., Parola A., Trincherero R., in via di pubblicazione.

Da un punto di vista della ricerca didattica, la proposta si basa su alcuni assunti di base che esplicitiamo brevemente come segue:

- gli insegnanti vengono riconosciuti quali fonti fondamentali, anche se non esclusive, per la costruzione di conoscenza in campo didattico²;
- l'azione didattica può essere studiata sul piano dei comportamenti, ma anche dei significati che gli insegnanti attribuiscono al loro insegnamento³;
- la ricerca in campo pedagogico-didattico si caratterizza per la valorizzazione del nesso ricorsivo teoria-pratica-teoria/pratica-teoria-pratica⁴.

Inoltre, per far luce sulle forme di traduzione metodologico-operativa offerte dal curriculum, si possono utilizzare differenti strumenti:

- a) un *Diario di bordo strutturato* nel quale si descrivono soprattutto aspetti legati alla conduzione concreta delle attività (organizzazione del setting, del gruppo, modalità comunicative...);
- b) un *Diario di bordo narrativo* per rilevare il livello dei significati attribuiti alle scelte o ai comportamenti;
- c) una *Raccolta di documentazione delle attività* (progetti; documenti di programmazione; materiali di lavoro; prodotti ed elaborati);
- d) delle *Interviste più o meno strutturate e/o colloqui* per sollecitare l'approfondimento su aspetti ritenuti di rilievo nella conduzione dell'insegnamento (piano dei comportamenti; piano dei significati).

Invece, da un punto di vista della definizione della competenza mediale, il modello si basa sostanzialmente su quattro elementi:

- il primo elemento è la quantità e qualità di risorse possedute, in termini di conoscenze e capacità legate al particolare dominio conoscitivo in questione, ed adeguatezza di queste alla situazione-problema da affrontare;
- il secondo elemento riguarda i *modelli*, espliciti o impliciti, *che guidano l'interpretazione* della situazione-problema da parte del soggetto e la conseguente scelta delle strategie da mettere in atto. Una corretta “visione della situazione” consente al soggetto di scegliere le strategie di azione adeguate alla situazione stessa e quindi maggiormente efficaci. Il soggetto competente, prima ancora di cercare una strategia, cerca di ridefinire il problema in una forma ottimale per la sua soluzione;
- il terzo elemento riguarda le concrete *strategie operative* che egli mette in atto per raggiungere gli scopi che si prefigge, in presenza di una data situazione-problema;
- il quarto elemento riguarda la capacità del soggetto di capire, in itinere, se le strategie adottate sono effettivamente le migliori possibili e di cambiarle opportunamente in caso contrario. È questa una capacità *autoriflessiva e autoregolativa* che ha a che fare con la capacità del soggetto di apprendere dall'esperienza concreta che egli compie quotidianamente.

Il seguente passo è tratto da “La valutazione degli apprendimenti conseguiti”, di Parola A., Trincherero R., documento ad uso interno “Valutare percorsi di media education”, di Maccario D., Parola A.,

Trincherero R., in via di pubblicazione.

Il concetto di *competenza* è un concetto decisamente problematico, fonte di un vasto dibattito che ha permeato le scienze dell'educazione e della formazione in questi ultimi trent'anni. Molteplici sono le definizioni di competenza che sono state date, ciascuna focalizzata su aspetti particolari del concetto. Una definizione che ha avuto parecchio seguito è quella data da Guy Le Boterf (1994, 16-18). Egli afferma che la competenza non è da considerarsi uno stato ma un *processo*, e risiede nella *mobilitazione delle risorse* dell'individuo, e non nelle risorse stesse, e si configura quindi come un *saper agire* in una determinata situazione, all'interno di un determinato contesto, allo scopo di conseguire una *performance*, sulla quale altri soggetti dovranno esprimere un giudizio.

Di seguito si riportano esempi di competenze da valutare circa una delle dimensioni del curriculum, un esempio di processo e un piano di sperimentazione “scuole per percorsi”.

⁽²⁾ Per una sintesi su questa prospettiva si rimanda a E. Damiano, *La nuova alleanza*, Brescia, La Scuola, 2005.

⁽³⁾ E. Damiano, *La nuova alleanza*, cit.; C. Coggi - P. Ricchiardi, *Progettare la ricerca empirica in educazione*, Roma, Carocci, 2005; S. Mantovani (a cura di), *La ricerca sul campo in educazione. I metodi qualitativi*, Milano, Mondadori, 1995; R. Trincherero, *Manuale di ricerca educativa*, Milano, Angeli, 2002; R. Trincherero, *I metodi della ricerca educativa*, Bari, Laterza, 2004.

⁽⁴⁾ M. Baldacci, *Metodologia della ricerca pedagogica*, Milano, Paravia Mondadori, 2001.

Esempio in relazione alla dimensione della fruizione

Risorse	Conoscere le possibili strategie di fruizione Conoscere i possibili bisogni e motivazioni che portano all'esposizione ad un particolare medium o genere mediale
Modelli interpretativi	Saper riconoscere una strategia di fruizione Saper riconoscere le strategie che i media mettono in atto per catturare l'attenzione e per dirigere il consumo mediale Saper riconoscere le abitudini personali e famigliari nell'uso dei media Saper riconoscere le motivazioni e i meccanismi di soddisfazione dei bisogni alla base di un determinato consumo mediale
Strategie di azione	Saper scegliere le modalità del proprio consumo mediale Saper gestire il proprio tempo libero in relazione ai media
Strategie di autoregolazione	Saper riflettere sulla propria “fruizione” di prodotti mediatici ed individuare, in modo guidato, i propri errori

Esempio di processo per la dimensione della *fruizione*, in relazione al Percorso 7 – Programmisti in erba (Tv2) - *Attività da svolgere con una classe 2° o 3°*

<i>Fasi</i>	Prima	Step intermedio	Dopo	Dopo (a distanza di tempo) 1-2 mesi
<i>Livelli di competenza</i>				
1 Risorse Conoscenze	<p>Che cosa è un palinsesto Saggio breve o a completamento</p> <p>Differenza tra i Generi - Scheda con domande di Corrispondenza e/o classificazione - Disegno a 4 quadranti</p> <p>- Conoscenza e uso di guide - Come funziona un palinsesto (meccanismi sottostanti) Racconto</p>		<p>Che cosa è un palinsesto Saggio breve o a completamento</p> <p>Differenza tra i Generi - Scheda con domande di Corrispondenza e/o classificazione - Disegno a 4 quadranti</p> <p>- Conoscenza e uso di guide - Come funziona un palinsesto (meccanismi sottostanti) Racconto</p>	
2 Modelli interpretativi Visioni del mondo	Scheda 7.1: solo domande di opinione e atteggiamento	Discussione di gruppo circa pregi e limiti dell'esperienza	Scheda 7.1 (cambiamento) <i>(anche per i genitori)</i>	Scheda 7.1 (cambiamento) <i>(anche per i genitori a distanza di un mese)</i>
3 Strategie d'azione	Scheda con domande di comportamento: - quanto guardi la Tv? - come scegli i programmi? - consulti le guide? - etc ... (vedi anche scheda 7.1)		Scheda con domande di comportamento: - quanto guardi la Tv? - come scegli i programmi? - consulti le guide? - etc ... (vedi anche scheda 7.1) <i>(anche ai genitori)</i>	Scheda con domande di comportamento: - quanto guardi la Tv? - come scegli i programmi? - consulti le guide? - etc ... (vedi anche scheda 7.1) <i>(anche ai genitori)</i>
4 Strategie di autoregolazione			Si presentano tutti i materiali prodotti da ciascun bambino della classe e si discutono in un colloquio "clinico". Si può anche prevedere una riflessione parlata circa una simulazione di una giornata-tipo	

Piano di sperimentazione (Tabella esemplificativa “scuole x percorsi”)

Scuole Percorsi	INFANZIA		PRIMARIA							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9 (comprensivo)	10
1) Foto 1 1 - Lettore 2 - Scrittore			-	-					I, I e Infanzia (2)	-
2) Radio 2 - Scrittore		6 sezioni	-	-						-
3) Tv1 1 - Lettore 2 - Scrittore	3 sezioni		-	-					I, I	-
4) Foto 2 2 - Scrittore 3 - Critico			-	-						-
5) Fumetto 1 - Lettore 2 - Scrittore			-	-	V, V			III, III		-
6) Cartoon 1 1 - Lettore 2 - Fruitore			-	-		I, I II, II III, III	I, I	II		-
7) Tv2 2 - Scrittore 4 - Fruitore			-	-		IV, IV, IV		III, III		-
8) Ipermedia 2 - Scrittore			-	-						-
9) Cartoon 2 2 - Scrittore			-	-						-
10) Tv 3 2 - Scrittore 3 - Critico 5 - Cittadino	3 sezioni		-	-						

Media Education a ... stelle e strisce

L'immagine che quotidianamente i mass media ci danno degli Stati Uniti è martellante, continua, ma anche parziale. L'idea di una potenza mondiale intransigente sul piano del dialogo internazionale e condizionata dai grandi marchi della comunicazione e dell'energia, può essere rivista se si ha la possibilità di approfondire la grande varietà delle posizioni espresse dal dibattito interno.

In uno scenario fortemente influenzato dal consumismo e dall'industria dello spettacolo è possibile rilevare esperienze culturali spesso sotterranee, ma molto significative sul piano del progresso. La Media Education rappresenta una di queste pratiche, ancora troppo di nicchia, ma molto vitale. L'ultimo congresso dell'AMLA (Alliance for a Media Literate America), una delle maggiori associazioni di Media Literacy americane, ha visto la presenza di circa 500 persone che non rappresentano certamente un numero elevato per gli USA, ma che hanno dimostrato spirito di gruppo, capacità organizzative, qualità di esperienze presentate.

"L'AMLA nasce nel 2000 – ci dice la Presidente Linda Bergma – ad oggi conta 518 membri effettivi. In una recente inchiesta abbiamo visto che un terzo circa di essi è laureato. Il 15 % invece è costituito da insegnanti e operatori della scuola di base. Il dato interessante è che il 12 % dei membri è costituito da professionisti dei media". E proprio al mondo dei media era dedicato il titolo "Dare voce ad una Nazione diversa", con il chiaro intento di invitare chi lavora nei media a guardare oltre le logiche del mercato.

Alla Conferenza si sono evidenziati tre differenti approcci alla Media Education:

- 1) il primo riguarda le produzioni dei giovani con i media: video, stampa, radio e altro. Si tratta di programmi extrascolastici che cercano di dare ai giovani l'opportunità di esprimersi e di far sentire la propria voce;
- 2) il secondo ambito comprende tutte quelle pratiche educative dei media che hanno a che fare con la salute: si intende l'uso della televisione in famiglia collegata ai comportamenti alimentari, oppure progetti di recupero del disagio e contro l'abuso dell'alcool e della droga.
- 3) il terzo settore riguarda la scuola e gli insegnanti.

Nelle diverse sessioni di lavoro sono state presentate esperienze didattiche per integrare l'educazione ai media nel curriculum scolastico.

Le produzioni giovanili

Sulla 59a strada di Manhattan a due passi dalla sede di uno dei colossi mondiali dei media come la Time Warner si trova la sede di una TV via cavo (MNN) che ha specifici programmi per i

giovani: Youth Channel è una finestra bisettimanale dove i giovani si esprimono, si raccontano, pongono sul tappeto questioni scottanti. Le video produzioni giovanili che trovano ampio spazio nei progetti di Media Education, soprattutto nell'area newyorkese, sono orientate a colmare l'enorme gap sociale che si è creato nella società americana. È Steven Goodman a sottolineare il drammatico bisogno dei giovani appartenenti ai ceti sociali meno abbienti di segnalare la propria esistenza, l'Educational Video Center da lui fondato, si preoccupa di dare loro una voce ed un luogo alternativo di formazione.

Spesso i temi scelti dai giovani riflettono problematiche gravi come la dipendenza dalla droga, le gravidanze in età adolescenziale, il ricorso al suicidio quale forma di fuga dalla società. Richmond è uno dei sobborghi più degradati di San Francisco con grossi problemi di violenza sociale. Qui agiscono gli operatori dell'East Bay Center, una struttura che attraverso l'arte e la comunicazione provvede al recupero ed all'integrazione dei giovani.

La Media Education riesce ad essere un utile strumento di costruzione di identità.

I Media e l'educazione alla salute

Il filone americano che vanta maggior tradizione è la Media Education legata all'educazione alla salute. La dottoressa B.J. Carter promuove progetti di educazione alla salute tramite l'uso dell'animazione: "Lo scopo del nostro progetto è quello di integrare la Media Education con i temi riguardanti la prevenzione alla salute dei bambini e degli adolescenti e di promozione dell'attività fisica. Le abitudini alimentari e di vita dei giovani sono influenzate dai modelli dei media, così ci è sembrato importante usare lo stesso strumento per informare sui rischi di comportamenti negativi per la salute. Ci ha permesso di costruire con la collaborazione dei bambini stessi dei messaggi molto semplici e comprensibili".

Una sfida per la scuola

Il campo più difficile per l'intervento della Media Education è quello scolastico. L'impresa di introdurla nel curriculum sembra proibitivo per l'enorme disomogeneità dell'istituzione scolastica americana. Renee Hobbs dell'Università di Pennsylvania non nasconde la difficoltà dell'impresa: "La prossima sfida che la Media Education americana deve affrontare è il sostegno agli insegnanti che vogliono introdurla nel loro lavoro. Attualmente solo una minoranza ha l'ambizione di insegnare i media a scuola, ma negli Stati Uniti abbiamo 68 milioni di bambini e 3

milioni di insegnanti, pertanto abbiamo davanti una lunga strada da percorrere per rendere istituzionalizzata questa pratica in tutte le scuole”.

Al di là di esperienze, comunque molto interessanti, bisogna dire che prevale ancora un certo protezionismo, una mentalità di frontiera che, vedendosi accerchiata dalla predominanza e dall'invasione dei media, cerca di arroccarsi in una azione di di-

fesa. David Buckingham, premiato dall'assemblea dell'AMLA, ha messo in guardia i media educators americani a non cadere nella trappola di un estenuante dibattito sugli effetti dei media sui bambini, invitandoli a passare decisamente ad una fase di preparazione a tutto campo senza sentirsi minoranza culturale.

Luciano Di Mele

Nuovi strumenti per la media education **My Pop Studio: ragazze in pista!**

Uno degli approcci più interessanti della media education è quello che fa leva sulle differenze di gusto che i ragazzi hanno rispetto alle ragazze e sulle modalità di socializzazione che, specie in adolescenza, caratterizzano ciascuno dei due sessi. È sotto gli occhi di tutti, infatti, che i media sono degli strumenti potenti in grado di formare il giudizio su chi sia, e quali caratteristiche abbia, l'uomo (o la donna) ideali, quelli cui gli adolescenti tendono a conformare la propria personalità ancora in crescita.

Proprio partendo da questi presupposti, è stato da poco messo in rete un nuovo sito (www.mypopstudio.com) che contiene un vero e proprio programma di alfabetizzazione mediale (media literacy) rivolto alle ragazze preadolescenti e adolescenti. Studiato dal Media Education Lab della Temple University di Philadelphia con il contributo del Governo americano, questo sito si presenta come un coloratissimo e avvincente laboratorio on-line finalizzato ad accrescere la competenza mediale, soprattutto facendo prendere coscienza alle ragazze di come i media influiscano sul loro modo di vestire e di atteggiarsi, su come vengano creati i divi della musica o del cinema che piacciono tanto, sul perché le riviste rivolte alle persone della loro età siano strutturate in un certo modo e non in un altro.

Tutto questo avviene non attraverso una spiegazione di aridi concetti, ma grazie a una serie di attività da svolgere direttamente al computer (potremmo chiamarle esercizi, se non fossero così divertenti): la creazione dello stile di una ipotetica cantante da far debuttare in Tv, un test che dimostra come non si possa studiare e ascoltare la musica nello stesso tempo, lo studio del montaggio dei reality show, e tante altre cose ancora. Tutte queste esperienze sono raggruppate in quattro aree: musica, televisione, carta stampata e multimedia, ciascuna delle quali comprende anche dei forum on-line e la possibilità di interagire con degli esperti, cose che rendono un po' più "sociale" un percorso pensato per essere svolto individualmente. Inoltre, vi è un sistema di conteggio dei punti che via via si accumulano completando le diverse sezioni del programma.

Questo sito si distingue per un approccio sicuramente originale alla media education: in primo luogo per i contenuti e per la scelta di un'utenza esclusivamente femminile, ma anche e soprattutto per la scelta di una modalità di proposta sicuramente nuova. Ci sembra assai originale l'aver pensato a un sito rivolto direttamente alle ragazze, dove poter svolgere online tutta una serie di attività formative all'interno di un ambiente tecnologicamente molto sofisticato. Dietro gli effetti speciali, però, è ben evidente una progettazione didattica (curricolare in senso americano) molto articolata e stringente: l'educazione ai media è scienza, non fantascienza e, dunque, non è difficile rintracciare dietro i "lustrini" concetti e valori educativi importanti. Un'esperienza da promuovere, dunque, e – perché no? – da far conoscere anche in Italia.

Damiano Felini

IL FESTIVAL DELLA CATECHESI

Come “dire” oggi la fede con i linguaggi della comunicazione

Cos'è il Festival della Catechesi? È una nuova proposta per trasformare la catechesi in una “festa di popolo”, per dare una nuova creatività ai catechisti e ai ragazzi, per “dire” la fede con i linguaggi del nostro tempo. Da tre anni a Roccaporena di Cascia l'Arcidiocesi di Spoleto-Norcia celebra il *Festival della Catechesi*. Partecipano i ragazzi del catechismo e i loro genitori, i sacerdoti e i catechisti che hanno frequentato i Laboratori della comunicazione della fede che il MED ha promosso in diocesi per formare gli educatori della fede ai nuovi linguaggi dei media: dalla fotografia alla produzione video, dal fumetto al multimedia, senza escludere la comunicazione tradizionale della musica e del teatro. Al Festival i ragazzi e i catechisti portano le loro produzioni, i genitori accompagnano i figli, la diocesi vive un momento di festa e di grande comunicazione, il Vescovo partecipa e premia i lavori migliori dell'anno catechistico.

Il libro *Il Festival della Catechesi: come “dire oggi la fede con i linguaggi della comunicazione*, a cura di Roberto Giannatelli e Maria Grazia Di Tullio (Arcidiocesi Spoleto-Norcia, 2006), presentato al recente convegno ecclesiale di Verona, raccoglie le esperienze di questi anni in cui si è costruito un nuovo modo di far catechesi. Il momento forte dell'esperienza in questo caso – come nel settore catechesi che il MED da tempo porta avanti – sono i *Laboratori della comunicazione della fede* che preparano i catechisti a usare i linguaggi dei media e ad essere creativi. Produrre un video, disegnare un fumetto, fare musica e teatro... non è un gioco, ma l'apprendimento e l'uso di un nuovo linguaggio (supportato da adeguate tecniche) che amplifica e rende interessante la trasmissione della fede e del catechismo. Questo libro vuole essere un *vademecum*, un piccolo manuale per i catechisti che vogliono apprendere i nuovi linguaggi della comunicazione per essere più efficaci nella catechesi. Il libro rappresenta un punto di arrivo di un'esperienza che è stata piena di fascino, e di partenza per migliorarla ed estenderla anche ad altre diocesi. Nella sua struttura il libro prevede una prima parte di introduzione teorica relativa al Progetto dei Laboratori, alla loro metodologia e valore dal punto di vista pedagogico e al Festival della Catechesi. Nella seconda parte sono invece presentati i contributi relativi ai singoli laboratori. Quali sono i laboratori della comunicazione della fede del MED?

- *Arte e catechesi* (animatrice: Angela Castelli). L'arte come via per annunciare la storia della salvezza. Esercizi di lettura di opere d'arte. Esercizi pratici attorno a temi biblici. Il laboratorio si prolunga con produzioni di fotografia.
- *Fotografia e catechesi* (Angela Castelli). Prendere coscienza di ciò che vedono i nostri occhi, di come si seleziona, si crea, si danno significati e si comunica. Il ruolo dell'emozione. Esercizi: dal testo all'immagine e dall'immagine al testo.
- *Fumetti e catechesi* (Maria Grazia Di Tullio). Il linguaggio dei fumetti. Analisi di prodotti. Percorso per la produzione di fumetti nella catechesi.
- *Teatro e catechesi* (Angelo Iezzi). Gestualità e drammatizzazione per la comunicazione del contenuto della catechesi. Il percorso della messa in scena. Drammatizzazione di parabole e miracoli di Gesù e di testi significativi dati o autoprodotti.

- *Musica e catechesi* (Chiara Grillo). La musica come comunicazione di un'esperienza e di un contenuto. Repertori di canti per la catechesi. Esercizi di espressione musicale creativa.
- *Produzione Video e catechesi* (Luciano Di Mele). Il percorso per la produzione video: il soggetto, il trattamento, la sceneggiatura, le riprese, il montaggio, la socializzazione del prodotto e la sua valutazione.
- *Cartoni Animati e catechesi* (Maria Grazia Di Tullio). Il linguaggio dei cartoni animati e l'esperienza dei bambini. Analisi di prodotti. Percorso per la produzione di cartoni animati nella catechesi.
- *Multimedialità e catechesi* (Stefano Pavarin e Maurizio Zanetti). Esperienze di catechesi con CD-Rom e DVD. Il percorso per la produzione di un ipertesto e di un CD. L'utilizzazione del *Power Point* e di altri software.
- *Internet e catechesi* (Pier Paolo De Luca). Il percorso di progettazione di un sito web. Internet come fonte di documentazione per la catechesi e come rete tra i giovani e i catechisti.

C'è voglia di una catechesi viva, nuova, efficace.

Il libro e il DVD allegato sono per ora disponibili solo presso l'Ufficio catechistico dell'arcidiocesi di Spoleto-Norcia in edizione extracommerciale.

Maria Grazia Di Tullio

I “regionali” del MED

Piemonte: Alberto Parola (Torino)
alberto.parola@unito.it

Lombardia: Angela Bonomi Castelli (Milano):
ioanni37@yahoo.it

Veneto: Rinalda Montani (Padova):
rinaldamontani@virgilio.it

Umbria: Floriana Falcinelli (Perugia):
floriana@unipg.it

Lazio: Pier Paolo De Luca (Roma):
pdeluca@libero.it

Abruzzo: Giselda Antonelli (Pescara):
antonelli@unich.it

Campania: Isabella Lucchese (Napoli):
lucchese@unisob.it

Calabria: Enrico De Santo (Cosenza):
ends@libero.it

Puglia: Lucio D'Abbicco (Bari):
ldabbicco@tin.it

Sicilia: Gianna Cappello (Palermo):
giannacappello@libero.it

Croniste per caso... a Medi@tando

3^a Biennale sull'educazione ai media,

Bellaria-Igea Marina 30 novembre - 2 dicembre 2006

Siamo arrivate per prime la mattina del 30 novembre e siamo state accolte, con la consueta cordialità, dalle collaboratrici di Alessandra Falconi, anima e motore di *Medi@tando*; siamo uscite per ultime portando nel cuore e nella mente la saggezza profonda delle parole di Sergio Zavoli.

Momenti molto forti quelli dell'intervento del senatore Zavoli, dai quali partire per presentare una breve cronaca di questo significativo appuntamento per tutti coloro, operatori e non, che si interessano di media ed educazione ai media.

E' importante avere un progetto/visione da coltivare, ha esordito Zavoli; ci vuole la volontà di mettersi insieme per dire delle cose, ma dobbiamo veramente avere delle cose da dire e, commentando lo spot "G2 - rete figli dell'immigrazione", ha sottolineato che, nella mattinata conclusiva, le cose più nuove le hanno dette proprio loro: "i giovani". È ritornata anche una parola, proposta il giorno precedente, dal prof. Morcellini: "prossimità". Prossimità intesa come esserci nei momenti di crisi, nel fare compagnia ai giovani, per colmare il tempo che ci ha visti incapaci di seguire i cambiamenti culturali e delle prassi comunicative. Inoltre, ha sottolineato che, come adulti, siamo più preparati di ieri e abbiamo più tempo per inseguire i giovani, per stargli addosso.

È stata poi ribadita la necessità di estendere la riflessione non solo sui nuovi clienti dei media (i giovani), ma sui media stessi che dovrebbero, ad esempio, parlare di sé anche in senso critico. I convegni sono in ritardo, si deve recuperare il tempo perduto trasformandoli e traducendoli in ricerca, discussione, dibattito. A tal proposito è stata annunciata la prossima pubblicazione di una rivista, curata dal gruppo di ricerca diretto dal prof. Morcellini, che cercherà di rispondere a questi bisogni e avrà un titolo particolarmente esplicativo: "Informazione".

La 3^a edizione di *Medi@tando* ha proposto di ripensare l'educazione ai media a partire dalle media-culture dei giovani; le relazioni introduttive hanno sviluppato i seguenti argomenti:

"Screen Generation: La nuova sfida dei personal media all'educazione" (Thierry De Smedt); "Ascoltare i mass media per ascoltare i giovani?" (Pina Lalli); "Le mediaculture dei giovani e le pratiche di media education" (Geneviève Jacquinot).

Dalle relazioni è emerso che bisogna rivedere il ruolo della scuola e la formazione degli insegnanti, i quali hanno la consapevolezza della velocità dei cambiamenti culturali, ma fanno fatica ad integrarsi. La scuola non ha più un ruolo esclusivo di legittimazione culturale: essa deve confrontarsi con i media. G. Jacquinot ha posto la questione di come insegnare la "mediacultura" in questi tempi, sostenendo che bisogna gettare un ponte verso le "pratiche medialità dei giovani". Il fatto che i ragazzi usino i media non vuol dire che siano in grado di comprenderne la complessità e la piena valorizzazione, perciò c'è bisogno di una nuova cultura dello schermo, della rete, che rappresentano lo sfondo all'interno del quale i giovani interagiscono. L'innovazione tecnologica, ha continuato la Jacquinot, non va confusa con quella pedagogica che si costruisce attraverso l'insegnante il quale prima era il custode della sto-

ria della classe, mentre oggi in classe ci sono elementi che destrutturano la sua organizzazione tradizionale: sono le nuove tecnologie. È necessario quindi pensare ad una nuova pedagogia dell'informatica e dell'informazione, in cui le nuove tecnologie siano viste come linea di demarcazione all'innovazione pedagogica.

Durante le successive sessioni di lavoro, attraverso la visione di esperienze di media education con ragazzi stranieri, con giovani in situazione di marginalità, con persone disabili, sono state individuate nuove piste di ricerca nella scuola e nell'extra-scuola. In particolare, c'è stata la proiezione di video realizzati da e con persone disabili.

Il Premio "Alberto Manzi per la comunicazione educativa", giunto alla 2^a edizione, ha riconosciuto come migliori progetti le seguenti opere:

- sezione editoria tradizionale e multimediale: assegnato ex aequo a Lucio D'Abbicco per "Guida la TV" e Sandra Federici per "Africa Comix";
- sezione cinema e audiovisivo: Elena Pasetti per "Di tutti i colori";
- sezione radio e televisione: Giuseppe Davoli per "Forza ragazzi. La TV che fa crescere";
- premio speciale per la comunicazione educativa a Giovanni Minoli direttore di Rai Educational. Con quest'ultimo premio si è voluto evidenziare il tratto educativo della TV di qualità, in continuità con "l'educare a pensare" che è stato il grande insegnamento di Manzi.

I workshop, i seminari ed i laboratori sono stati ricchi di stimoli, con una buona opportunità di scelta e all'interno delle varie esperienze presentate c'è stato il tempo per fare domande, chiedere spiegazioni. In particolare, si segnala la presentazione di kit didattici di vari paesi europei, tra i quali ricordiamo: il kit didattico per l'educazione ad internet presentato da Thierry De Smedt (Belgio) e quello sulla pubblicità presentato Jenny Grahame (Londra).

Erano presenti le associazioni che hanno fatto la storia dell'educazione ai media in Italia: dal Med (che ha patrocinato la biennale), al Cias, alle nuove reti che stanno nascendo a livello nazionale. A questo proposito i partecipanti, esprimendo il bisogno di tenersi in contatto in modo continuativo (non basta un appuntamento biennale per aggiornarsi sulla ricerca e scambiarsi esperienze), hanno suggerito di attivare un sito, una "casa virtuale", per tutti coloro che sono interessati e impegnati in questo settore.

Nella consapevolezza che c'è ancora molta strada da percorrere, *Medi@tando* riparte all'insegna di una parola, poco usata ultimamente, ma rilanciata dagli interventi di Morcellini e Zavoli: questa parola è "speranza", intesa come azione e messa in atto di un progetto nella nostra storia e nella nostra cultura, che coniughi al suo interno le potenzialità formative e valoriali dell'educazione ai media.

**Rinalda Montani
Tiziana Cucchio**

Carol E. Craggs **Media Education nella Scuola primaria**

Traduzione a cura di S. Savelli, introduzione di F. Falcinelli,
postfazione di R. Giannatelli, Morlacchi Editore, Perugia 2006

Il testo *Media Education nella scuola primaria*, edito da Routledge nel 1992 ed ora tradotto, per opera di Simona Savelli, in lingua italiana, nell'edizione di Morlacchi Editore, presenta, nello svolgersi dei suoi dieci capitoli, un percorso teorico e didattico per gli insegnanti di scuola primaria che vogliono avvicinarsi alla Media Education.

I primi tre capitoli, ad opera di S. Savelli, presentano sinteticamente i punti-cardine della disciplina: definizioni del termine Media Education, l'evoluzione della disciplina all'interno dei percorsi scolastici italiani e i principi chiave della Media Education all'interno del contesto britannico.

Il percorso dell'autrice Craggs, insegnante di scuola primaria ed allieva di Len Mastermann, invece, parte dalla necessità di presentare in prima istanza, al mondo degli insegnanti di scuola prima-

ria, la ME tramite un approccio pedagogico-didattico.

Come infatti dichiara l'autrice: "nonostante la ME sia costellata di sani principi teorici di per sé rilevanti (...) tali principi non verranno considerati come a sé stanti, ma saranno integrati da attività pratiche".

Nei successivi capitoli, infatti, vengono proposti ai lettori alcuni percorsi attuabili nel gruppo classe. Primo traguardo da raggiungere è una corretta alfabetizzazione all'immagine, definita da Craggs "semplicemente come l'abilità che consente ad un lettore di capire come i significati siano scritti in un'immagine" e successivamente come sia possibile mettere in dubbio le interpretazioni che le immagini stesse evocano.

Secondo obiettivo è "formare alla notizia" ovvero comprendere come le notizie siano "il prodotto di un processo or-

ganizzato che richiede una modalità pratica di guardare agli eventi al fine di legarli assieme, produrre affermazioni dirette e semplici circa le loro relazioni, il tutto in modo piacevole".

Terzo obiettivo è fornire ai bambini un corretto approccio alla pubblicità che, tradizionalmente, non può non passare dalla creazione di un spot da parte dei bambini stessi ma che propone anche percorsi più originali ed elementari come la costruzione di una "lista della spesa settimanale" da parte dei bambini stessi, al fine di animare la discussione sull'importanza di un determinato logo.

Interessante infine, prima del capitolo conclusivo sulle istituzioni mediatiche, il penultimo capitolo che inserisce la Media Education nel contesto della corretta educazione alle rappresentazioni della realtà. "Prima riusciamo ad incoraggiare i nostri alunni a rifiutare l'idea che i media sono finestre sul mondo e a renderli capaci di penetrare la rappresentazione televisiva della realtà per identificare i suoi processi di produzione, prima formeremo dei cittadini che possono (...) leggere le rappresentazioni costruite dei media".

Daniela Robasto

Roberto Farné **Diletto e gioventù. Le immagini e l'educazione** UTET, Torino, 2006

Non è frequente parlare di un lavoro di carattere scientifico e culturale come di un 'bel libro': questo lo è. Roberto Farné, infatti, proseguendo nella linea di ricerca già condotta a rilevanti esiti con *Iconologia didattica* (Zanichelli, Bologna, 2002), giunge nuovamente a risultati di grande interesse e di eccellente stesura in un argomento che lo vede sicuramente fra i migliori esperti in assoluto nella cultura pedagogica italiana.

«La pedagogia dell'immagine e dei media» - dice Farné - «sembra muoversi continuamente fra la vigilanza e la repressione da una parte e l'incoraggiamento attivo dall'altra, verso soluzioni in grado di elaborare in positivo il problema, superandolo di fatto».

Lo sviluppo del tema passa innanzitutto - con un contributo di sicura originalità - attraverso un itinerario storico e culturale di lunga lena, che prende le mosse addirittura dalle questioni connesse agli scontri teologici (e politici) legati all'iconoclastia, allo scisma d'Oriente, al confronto con la cultura islamica, alla Riforma e Controriforma: si rende così evi-

dente come un problema apparentemente secondario risulta essere, in realtà, un punto di osservazione quanto mai articolato ed incisivo delle grandi svolte e dei profondi malesseri che hanno abitato il divenire della nostra civilizzazione educativa. Successivamente, si entra nei terreni meno inconsueti, ma ugualmente esplorati con precisa competenza e finezza, dell'immagine illustrativa e della prima comparsa delle immagini luminose. Si arriva, così, al dibattito che accompagna l'affermarsi delle posizioni pedagogiche più caratteristiche della modernità pedagogico-didattica, dove Farné conduce con polso saldissimo il lettore attraverso i paesaggi concettuali del positivismo, dell'idealismo gentiliano e lombardo radiciano, dell'attivismo e del riformismo didattico tipico del contesto italiano nell'epoca fascista e postfascista, nel quale il cinema occupa il posto dominante.

Cogliamo, dei numerosissimi contenuti presenti in una trattazione densa ed insieme godibile, alcuni passaggi sinteticamente rappresentativi di spunti parti-

colamente significativi ed intensi: la presenza di una «doppia articolazione fra divertimento e apprendimento» che accompagna stabilmente lo sviluppo delle tecniche visuali; lo scontro di mentalità, fondamentalmente risolto a favore della visione idealistica, che ha messo di fronte l'idea positivista di un rinnovamento dell'istruzione tramite «il potenziamento del suo apparato didattico e strumentale e quella gentiliana, che lo poggiava invece sulla «solida preparazione culturale in senso prettamente umanistico dell'insegnante» arrivando a salvaguardare una volta di più il primato assoluto della parola sull'immagine; il perdurante stigma di una sorta di inferiorizzante umiltà per gli approcci didattici, «in nome di una presunta superiorità dell'atto educativo che non ha bisogno di appagarsi alle tecniche»; la difficoltà di qualche grande autore (Farné cita la Montessori, ma si potrebbe anche pensare allo stesso Piaget) ad includere le immagini nei veri e propri linguaggi della formazione umana.

Qui si parla veramente di pedagogia senza sovrapporre all'interesse pedagogico nessun rivestimento (informatico, semiologico, ecc.) che se ne faccia soltanto un pretesto tematico o un'occasione per occupare spazi.

Qualche volta ci vuole.

Cesare Scurati

InterMed - Media education. Periodico quadrimestrale del **MED - Media education**, Associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione - 00139 Roma - Via Cavriglia, 8 - **Spedizione:** Poste Italiane SpA - Sped. in abb. postale 70% - D.C. - Roma - Reg. al Tribunale di Roma n. 500/96 dell'11-10-96 - **Direttore responsabile:** Piero Trupia - **Comitato di redazione:** Lucio D'Abbicco, Damiano Felini, Alberto Parola - **Stampa:** Tip. Ist. Salesiano Pio XI / via Umbertide, 11 - 00181 Roma - E-mail: tipolito@pcn.net - Dicembre 2006.

I.P.

TAXE PERÇUE
TASSA RISCOSSA
ROMA-ITALY