

Anno 7 • n. 1 • Maggio 2002



MED media inter education

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

Dopo Bellaria

di Piercesare Rivoltella

Nella ricerca, ma in fondo - credo - nella vita, vige una sorta di contraddizione. *Fino a quando sei da solo, hai tutto lo spazio che credi.* È successo probabilmente ai primi coloni nelle Americhe (me li sono immaginati nel mio recente viaggio in Canada, davanti alle distese sterminate di foreste che si aprono poco più a nord di Montreal!) che hanno solo dovuto scegliere dove sistemarsi; è successo anche a noi (a me e a don Roberto) quando dieci anni fa abbiamo iniziato ad occuparci di media education. Proprio come i pionieri c'è stato solo l'imbarazzo della scelta: dove attivare dei laboratori? Dove fare la summer school? Nessun intralcio, nessun problema, nessuna dialettica: tutto liscio.

Il problema è che i pionieri, all'inizio... sono soli. Fuor di metafora: se è vero che un campo disciplinare appena aperto è assolutamente percorribile da quei pochi che lo frequentano, è anche vero che la sua è un'esistenza (semi)clandestina: nessuno o pochi lo conoscono, manca uno scambio concettuale vero, il campo delle esperienze è limitato.

Così gli anni successivi sono stati spesi, fino ad oggi, per accreditare questo campo disciplinare a livello di visibilità scientifica e sociale. L'abbiamo fatto in più direzioni: diffondendo l'idea della media education sulle riviste, dedicandovi libri, coinvolgendo il mondo delle università e quello della scuola, sensibilizzando i policy makers, tessendo una rete di rapporti con i colleghi stranieri, facendo percepire loro che anche nel nostro paese una sensibilità in rapporto alla media education stava finalmente crescendo.

Oggi credo di poter dire che la foresta pullula di abitanti. Lo scambio concettuale è garantito, la media education trova posto nelle università, nelle scuole e nelle realtà educative un po' in tutta Italia: obiettivo raggiunto. Ma... Qui scatta la contraddizione. *Ora che non sei più solo, qualcuno comincia a dire che lui qui c'era già da prima.* E in fondo a volte ti viene da pensare che forse quando eri in (semi)clandestinità non stavi poi così male...

Il tema è noto e costituisce una struttura a livello antropologico profondo. Si chiama "lotta per il riconoscimento" e prima Hegel, nella *Fenomenologia dello*

Spirito, e poi Sartre, nell'*Essere e il nulla*, vi hanno dedicato pagine celebri. Quando la coscienza non è più sola a costituire di senso il mondo ma appare all'orizzonte un'altra coscienza che pretende altrettanto, allora, come dice Sartre, quel che si avverte è uno scivolamento di tutto l'universo verso quell'altra coscienza. L'unica via d'uscita è la lotta, una lotta mortale che può avere termine solo quando una delle due coscienze riconoscerà finalmente la signoria dell'altra. Bellaria, per proseguire sul filo della metafora filosofica, ha costituito a mio avviso l'uscita della media education italiana dallo stato della sua minore età (Kant lo disse della ragione in rapporto all'Illuminismo). Quella che ci viene consegnata è una media education maggiorenne: il nome non è più un oggetto sconosciuto, il movimento comincia a prendere corpo, l'università se ne fa carico, i poteri politici danno segni di aperture interessanti. Ora, di fronte a queste opportunità ritengo che sarebbe piccolo cabotaggio rifugiarsi nella querelle di basso profilo: "Noi è vent'anni che ci occupiamo di media in contesto educativo"; "Ciò che conta non è il media educator ma il network, la rete delle esperienze"; "Il MED non rappresenta il movimento dei media educators italiani", ...

Sono alcune delle obiezioni che potrebbero sorgere, magari anche fondate, addirittura condivisibili. Quel che occorre è, però, di tenere ben distinti il confronto franco ma costruttivo che fa crescere e la polemica sterile, che divide e demolisce. Chi si colloca sul secondo versante non coglie molto del senso di questa avventura e in fondo si contraddice: la media education è scuola di senso civico, di democrazia, di libertà; farne oggetto di scontro significa negare coi fatti quel che si pretenderebbe di insegnare a parole. L'unica strada che rimane aperta è quella del dialogo. La *Carta di Bellaria* costituisce una piattaforma di partenza a questo riguardo. Noi l'abbiamo proposta. Aspettiamo il parere di tutti. Ecco perché pubblichiamo in questo numero il testo: perché anche chi a Bellaria non c'era lo possa leggere, condividere, ci possa far arrivare le sue osservazioni. Quel che non si può accettare è che la Carta divenga un tavolo "sindacale". Chi la intende così forse è meglio che cominci a scriverne un'altra.

Un'Adiconsum per il pubblico televisivo

Non farò un'analisi televisiva o di critica musicale, ma soltanto mediatica. Il festival di Sanremo è, d'altra parte, fenomeno prettamente mediatico e l'obiettivo di Intermed e di Med è ragionare intorno alla competenza dell'ascoltatore-spettatore con il fine di contribuire all'incremento del suo potere di fruizione: da audience a pubblico.

La prima competenza del pubblico è quella dello sguardo, lo sguardo perspicuo dell'ermeneuta e quello puro dell'autonomia di giudizio. Per non farsi travolgere da "suoni e luci", dal fascino plateale dell'imbonitore-testimonial, dalla carica spettacolare della violenza, dalla finta eversione della pornografia che, in realtà, è semplice catalogo psicopatologico, dal finto clamoroso evento dell'ospite straniero.

Quella competenza, ancora rara, che ti fa riconoscere i carri armati a corredo del parlato del servizio sul conflitto in corso come quelli del giorno prima, della settimana prima, della guerra del Libano di dieci anni prima, mentre siamo in Palestina, oggi. Roba da rivolgersi all'Adiconsum.

Ridateci papaveri e papere

"Se un fatto è notizia, anche se non prima notizia (da prima pagina), va passato. Senza rifletterci troppo sopra; senza attendere di compiutamente interpretarlo, di valutarne tutte le connessioni. Passarlo con spirito giornalistico nobilmente superficiale." (Edoardo Fleischner a Radio Radicale, 21.04.02). E' a questo punto che comincia il lavoro del pubblico e non entrando in un dibattito tra commentatori del fatto senza che nessuno disponga dell'evidenza del fatto.

Sanremo non è notizia; non lo è più da alcuni anni. Non c'è musica, non ci sono voci; non ci sono canzoni. Ci sono urla ed eventi. Collaterali. Come pròtesi di una manifestazione che i discografici vogliono mantenere in vita, pur lamentandosi che non fa vendere. Eventi collaterali sono la musica non italiana e non in concorso, il varietà e, da ultimo, la cronaca politica.

Di fronte a questo "non fatto", l'*homo videns* televisivo (di mezz'età) si presenta all'appuntamento come a qualsiasi altro programma-contenitore. Sanremo potrebbe invece essere il laboratorio per tentare la trasformazione dell'*homo videns* in *adpiciens*,

circumspiciens e persino *suspiciens*, vale a dire critico.

Di fronte al festival lo spettatore competente dovrebbe mestamente e semplicemente constatare la mancanza dell'oggetto: la canzone italiana, anzi la canzone *tout court*. I tempi di *Vola Colomba*, *Volare* e *Papaveri e Papere* sembrano definitivamente andati. Lo sanno bene gli organizzatori, i produttori, gli onnipotenti discografici e, in mancanza di idee, suppliscono con materiale vario ed estraneo: trovarobato scenico (vestiti, pailletes, sfilata di direttori d'orchestra, anch'essi in costume) ed eventi, eventi. Fino a quello piovuto dal cielo, ma sapientemente coltivato, di Giuliano Ferrara, artigliere-goliarda con uova e ortaggi, in fine solo virtuale, contro Roberto Benigni, "manipolatore della volontà degli elettori e del diritto della maggioranza a governare, spregevole tribuno e servo dei comunisti". L'evento, com'è noto, è alla fine mancato e si è puntato sulla madonna dantesca, messa in scena dall'astuto Benigni, così come una volta, al cinema muto o all'avanspettacolo, s'inneggiava a Garibaldi o s'intonava la marcia reale per placare un pubblico insoddisfatto ma, allora, competente.

Pippo attore e Teocoli futurista

La canzone italiana di Sanremo è priva di musicalità e parla di fatti scontati, lo strazio del "ti amo-non mi ami". Per supplire a questa pochezza intrinseca i registi impongono di urlare, di fare smorfie e di gesticolare come per un dolore inconsolabile.

Quando parlo di canzone italiana, non mi riferisco a quella dei cantautori, i quali hanno storie da narrare e si limitano a narrarle, affidando alla musica e non alla sceneggiatura il coinvolgimento del pubblico. Avviene anche con gli ospiti stranieri, mentre recentemente Lucio Dalla sembra essersi rassegnato alla TV-contenitore. Ma Zuccherò e Vasco Rossi si tengono lontani da Sanremo che pure li ha lanciati.

I giovani preferiscono internet per inseguire i loro idoli in giro per il mondo. Peraltro anche parte del pubblico di mezz'età, da casa - nella misura di 1,5 milioni - abbandona la trasmissione al momento della canzo-

ne. Da qui l'irresistibile tentazione di Baudo, di fronte a questa platea, di provare a realizzare il suo sogno segreto di fare l'attore e da qui i "numeri-ciclone" - denominazione dell'ufficio stampa - come quello di Teo Teocoli. Il ciclone poi si rivela essere la solita imitazione e questa volta è toccato a Keith Richards. Teocoli-Richards abbraccia Pippo, imitando Benigni, già imitato da Fiorello. Ma c'è una novità: si accanisce contro due violini dell'orchestra, fracassandoli; si slancia quindi contro la violoncellista e s'impadronisce dello strumento, ma viene distratto da un banderillero e il violoncello è salvo. Un'incomprensibile furia iconoclasta degna del peggior Marinetti.

Teocoli forse l'ha fatto apposta a dare il peggio di sé, visto il contestato. Ha portato in regalo a Pippo un paio di slip corazzati contro Benigni; l'ha chiamato Puppò per farsi correggere. E allora lui: "Pippone! Perché sei grande". E al pubblico ilare: "Cosa avete capito?", ma immediatamente confermando: "Noi ragazzi in camera..." E poiché Teo portava un mantello di leopardo, la Arcuri appare anche lei leopardata, in modo da poter lanciare il dialogo.

Pippo - "Bisogna avere grazia per portare questi abiti e tu ce l'hai".

Arcuri - "Sì". (Non "Sì, grazie")

Pippo (inopinatamente) - "Tu ci credi agli angeli?"

Arcuri - "Sì"

Pippo - "E tu ce l'hai l'angelo custode?"

Arcuri (finalmente ispirata) - "Sì. Si ha bisogno di una mano sulla spalla"

Pippo - "E allora sentiamo la prossima canzone: Angeli!".

E l'Arcuri, svolgendo finalmente il compito per cui è stata ingaggiata, annuncia: "Angeli! Canta Michele Zarrillo".

C'è idiozia e idiozia e questa non è quella sublime di "Aspettando Godot". Ah! dimenticavo la canzone: "Perché ho bisogno di te (sussurrato). Del più piccolo segno che c'è-è-è-è" (urlato, con contorcimenti).

Questo il festival della cinquantaduesima edizione con Baudo alla decima presenza. Ma forse festeggeremo la ventesima o la trentesima.

Piero Trupia

Sanremo. Un festival di mezza età

La convention di Bellaria. Temi e prospettive

Le ragioni che hanno condotto all'organizzazione di una convention sulla media education, la prima in Italia, sono state ben espresse da Roberto Farné nel suo intervento di introduzione ai lavori.

Sono ragioni, anzitutto, **culturali**, che rinviano alla presenza diffusiva/intrusiva dei media e alla necessaria presa di coscienza del ruolo di chi lavora in contesto: i media, da questo punto di vista, funzionano da grande laboratorio culturale.

Vi sono poi delle ragioni **didattiche**, che rinviano ai media (vecchi e nuovi) come a un territorio di lavoro per l'educazione al senso critico, in cui insegnare e imparare attraverso di essi.

Infine, vi sono ragioni **scientifiche**: queste ragioni sono chiaramente individuabili nel fatto che la Convention sia stata sostenuta dalle università, sintomo che sulla media education si può fare ricerca.

Alla luce di queste ragioni si può comprendere l'**articolazione dei lavori** che ha previsto sostanzialmente tre momenti: un momento di riflessione, nella prima giornata, attraverso il confronto con i modelli italiani e stranieri; un momento di ricognizione delle esperienze, nella seconda giornata, attraverso la presentazione delle diverse iniziative e realtà operanti sul territorio nazionale; un momento politico, nell'ultima giornata, centrato sulla presentazione della Carta di Bellaria (il testo della Carta è riprodotto integralmente in questo stesso numero).

La **riflessione** - se teniamo per buono il nostro criterio di sintesi - è stata affidata agli interventi di Jacques Gonnet, di Cary Bazalgette e di Roberto Giannatelli.

Gonnet, direttore del CLEMI (Centre de liaison pour l'enseignement des médias et de l'information), ha presentato il "modello francese", di cui il suo Centro è significativo rappresentante. Dopo aver ricordato la genesi del Centro e sottolineato che esso è "passato" attraverso 5 legislature di diversa estrazione senza subire pressioni in ordine alla sua mission (questa è una delle differenze tra un paese democratico e una dittatura), Gonnet ha provato a fare il punto sulla proposta del CLEMI. Fondata sui padri dell'attivismo pedagogico (Dewey, Decroly, Freinet, la Montes-

sori), essa sostiene un progetto che è centrato sull'allievo e sulla importanza che sia lui a scoprire il mondo. Di questo progetto la stampa in classe costituisce da sempre il fulcro, trovando nella "semaine de la presse" il suo clou: l'ultima edizione, la tredicesima, ha coinvolto 5 milioni di studenti in tutta la Francia consentendo di fissare a 5.000 il numero dei giornali scolastici attivi in tutto il paese. Un sintomo che la scuola può essere un luogo d'avanguardia per l'educazione ai media.

Dal versante didattico l'analisi si è spostata alle logiche della politica con l'intervento di Cary Bazalgette, vicepresidente del British Film Institute, in Inghilterra una delle realtà più attive nella proposta di itinerari didattici riguardo al cinema e ai media. Provocatoriamente la Bazalgette ha esordito facendo notare come la media education non nasca e non cresca naturalmente: cresce solo e quando conviene ai politici. E ha aggiunto che compito di chi nella media education lavora è di convincerli (i politici) che conviene! La disamina che muovendo da questo assunto la Bazalgette ha fornito della realtà inglese ha restituito un quadro meno ottimistico di quanto di solito in Italia non si pensi. I problemi sono consistenti: il *National Curriculum* (per i ragazzi tra i 6 e i 14 anni) non riconosce alla media education uno spazio sufficientemente significativo e quando si passa al *Second Level* (dai 14 ai 18) si scopre che in esso sono garantiti solo corsi opzionali, esclusivamente nelle scuole che li prevedono e ad alto costo per le famiglie. Così si arriva al dato sorprendente di una media education che in Inghilterra avrebbe "preso piede" solo nell'1% dei casi e che nel rimanente 99% presenta gli stessi limiti che in Italia ben conosciamo: carenze di scelte politiche significative, tanta buona volontà ma scarso coordinamento delle esperienze, inadeguata formazione degli insegnanti. Ha chiuso la prima giornata l'intervento del presidente della nostra associazione, Roberto Giannatelli. In sintesi la sua immagine della media education così come si è venuta organiz-

zando nell'ultimo decennio in Italia è quella di un "grande racconto" il cui filo rosso è scandito da tre elementi: 1) i *fatti*, e cioè la capacità di raccogliere la lezione di Masterman, l'attivazione di ricerche-azione nelle scuole, la costituzione di un team di grande valore, la creazione di un movimento; 2) il *modello*, e cioè il fatto di aver costituito un movimento "dal basso" in cui la classe diventa un laboratorio; 3) il *futuro*, cioè la capacità di "leggere i segni dei tempi", di "essere dei tessitori" creando occasioni di incontro, di promuovere una alleanza tra competenze diverse (quelle di educatori, ricercatori e professionisti). "L'anima della media education - ricorda don Roberto nella sua conclusione - è il cambiamento. La sfida è di accettare tutto quello che si può accettare con una consapevolezza che funzioni da obiettivo: *duc in altum*".

Ricco e articolato è stato il dibattito seguito alle tre relazioni. Se ne può fare sintesi indicando alcuni dei temi in esso evidenziati: lo scarto esistente tra fertilità della riflessione e fatica operativa (Mantelli, D'Abbicco); la necessità di individuare lo spazio del bambino e di identificare la specificità metodologica della media education (Baraldi); la difficoltà di gestire l'introduzione di un'"altra" educazione in scuola e l'importanza di tenere presente la questione dei saperi (Albani).

Sul momento delle esperienze altri riferiscono in questo numero: ci si concentra pertanto sul momento **politico** che è coinciso con la presentazione della Carta di Bellaria.

L'assessore all'istruzione della Provincia di Rimini, Massimo Pironi, ha disegnato lo sfondo culturale e normativo in cui la Carta si iscrive. Si tratta di un passaggio decisivo segnato dalla assunzione da parte del Pubblico di una funzione di regia e dalla rinuncia ai contributi a pioggia in favore di quelli finalizzati ai progetti. Da questa logica sono nati il Centro per l'educazione ai media "Zaffiria" che ha curato l'organizzazione della Convention e la Convention stessa.

Ma perché una Carta della media education? Nel mio intervento ho

sottolineato come il "cartismo" sia stato e sia un vizio strutturale del nostro paese, perché il più delle volte consiste nella esplicitazione di un quadro ideale di valori che diventa subito dopo molto difficile rispettare e far rispettare. La Carta di Bellaria non intende iscriversi in questo tipo di logica. Essa piuttosto intende funzionare da strumento grazie al quale far passare la media education dal semplice bisogno sociale al riconoscimento istituzionale coinvolgendo la scuola, l'extrascuola e le imprese dei media.

Alla pubblica lettura della Carta è seguita una tavola rotonda cui hanno partecipato tra gli altri Mario Morcellini e Cesare Scurati. Non mi soffermo sul bell'intervento di Morcellini, riportato integralmente in questo stesso numero; faccio sintesi, invece, delle parole di Scurati che ha improntato la sua riflessione a tre dialettiche. La prima dialettica è quella tra Gepetto e Pinocchio. Gepetto siamo noi, gli educatori, che ci troviamo di fronte un nuovo pezzo di legno (gli alfabeti). Noi proviamo a farne qualcosa a nostra immagine e loro scappano via, proprio come il burattino di Collodi. Alla fine, Pinocchio, per tornare a casa deve morire: e infatti gli illustratori lo disegnano seduto per terra inerme mentre proietta sul muro un'ombra di bambino. Ora, la Carta di Bellaria vuol fare tornare a casa il bambino: ma quale bambino? In altre parole: che rapporto c'è tra il medium-vita e il medium-cultura? Noi dobbiamo riportare la media education-Pinocchio all'istruzione-casa, ma senza farle perdere i caratteri della medialità.

Seconda dialettica. La scuola può funzionare come un alveare o come un inceneritore. La disciplinizzazione della media education può rischiare di incenerirla (burocratizzandola, ingessandola, ecc.). Si tratta di un punto di forte attenzione.

Infine, terza dialettica: l'essenziale a tutti o tutto a pochi? Cioè: spalmare competenze o preparare nuove professionalità? Competenze mediali generali a tutti o formazione di media educator ad elevato profilo professionale? Formare eccessive nuove professionalità significa aprire campi e nicchie. Occorre bilanciare bene i due approcci: alcuni elementi devono appartenere alla cultura di base; questo non toglie che non vi possa essere spazio per profili professionali specifici.

La consapevolezza di fondo, tuttavia, è che la media education funzioni da descrittore trasversale.

In chiusura dei lavori, l'onorevole Alfredo Meocci, rappresentando l'Authority, ha sottolineato come la Convention lo avesse sorpreso: si sarebbe aspettato delle analisi fortemente sanzionatorie nei confronti dei media, e invece si è trovato di fronte (per la prima volta) a un'analisi propositiva sottolineando come la Carta di Bellaria possa costituire un punto di partenza decisivo per l'accreditamento istituzionale della media education in Italia. Una chance straordinaria a patto di non dimenticare (come Morcellini ha ben detto e don Roberto ha ripetuto chiudendo i lavori) che in fondo "la carta siamo noi".

Pier Cesare Rivoltella
Vicepresidente del MED
Università Cattolica di Milano

La 36ª Giornata mondiale delle comunicazioni sociali

La Giornata mondiale delle comunicazioni sociali è stata istituita per tutta la Chiesa cattolica dal Concilio Vaticano II con il decreto *Inter mirifica* (4 dicembre 1963). Viene celebrata nel giorno della festa dell'Ascensione o, dove questo è un giorno lavorativo, nella domenica seguente. Quest'anno è stata celebrata il 12 maggio anche dalla Chiesa italiana che negli anni precedenti aveva scelto la ricorrenza della seconda domenica di ottobre.

La prima Giornata è stata celebrata il 6 maggio 1967 e da allora è divenuta un evento annuale regolare, in occasione del quale il Papa pubblica un messaggio sul tema prescelto per quell'anno. I temi sono legati a fatti di attualità riguardanti la Chiesa e la società nel loro rapporto con la comunicazione sociale.

Nel loro insieme questi messaggi offrono uno spaccato sui maggiori temi che riguardano l'etica della comunicazione, l'educazione ai media, la loro utilizzazione nella vita della Chiesa (i messaggi sono raccolti nel volume di F.-F.Eilers e R.Giannatelli, *Chiesa e comunicazione sociale. I documenti fondamentali*, Elledici, Torino-Leumann 1996).

Il tema di quest'anno è collegato con la pubblicazione di due documenti del Pontificio Consiglio delle comunicazioni sociali: *Chiesa e Internet e Etica in Internet* (22 febbraio 2002).

Il messaggio del Papa ha come titolo: "Internet: un nuovo Forum per proclamare il vangelo".

Per la Chiesa cattolica Internet appare come il nuovo "spazio pubblico" ove i cristiani sono chiamati ad annunciare il vangelo di Cristo. Al riguardo il vecchio Papa esprime un interrogativo e un augurio: "Da questa galassia di immagini e suoni, emergerà il volto di Cristo? Si udrà la sua voce? Il mondo conoscerà la "buona notizia" della nostra salvezza? Questo è il fine dell'evangelizzazione e questo farà di Internet uno spazio umano autentico, poiché se non c'è spazio per Cristo, non c'è spazio per l'uomo".

Riferimenti regionali del MED

Lombardia:	Angela Catelli	ioanni37@yahoo.it
Veneto:	Rinalda	pbrigo@hotmail.com
Lazio:	Gabriela Ionescu	gabri_ionescu@hotmail.com
Campania:	Isabella Lucchese	scuole.sob@unisob.na.it
Puglia:	Lucio D'Abbicco	ldabbicco@tin.it
Sicilia:	Gianna Cappello	giannacappello@libero.it

Medi@tando

Intervento di Mario Morcellini

Facoltà di Scienze della Comunicazione - Università La Sapienza

La Convention di Bellaria sulla Media Education stimola una forte riflessione su alcune dimensioni del nostro agire collettivo che così provo a riassumere:

- 1) Il "clima" della Convention di Bellaria
- 2) La complessità della Media Education
- 3) Territori e affinità elettive della ME

1. Il "clima" di Bellaria

Abbiamo vissuto e sperimentato anche qui a Bellaria un clima speciale - quasi una percezione - di cosa sia la ME come movimento collettivo e comunque come "azione culturale ultra individuale". Del resto, già nell'ottobre scorso a Napoli, in occasione del Convegno Nazionale su Società, media, nuove professioni: *il Media Educator*, era entrato pubblicamente in scena, collettivamente, un vero e proprio nuovo movimento. In quella sede non erano presenti tutti i partecipanti di Bellaria, ma era come se lo fossero. Già allora, infatti, è emerso chiaramente che le cose che ci uniscono sono senz'altro di più e più vincolanti rispetto a quelle che ci dividono. È emerso soprattutto che la generosità delle persone deve diventare consapevole di sé, assumendo un profilo di istituzione volontaria.

Ricorro ad una bella citazione da un libro di Erri De Luca (*In alto a sinistra* dal racconto "Il pannello", editore Feltrinelli); può aiutarci a capire in che modo dobbiamo e possiamo sentirci un movimento: "Passò nelle fibre [del] gruppo... una di quelle scariche elettriche che su scala più grande trasformano varie genti in un popolo, molte prudenze in un coraggio. C'è una soglia segreta di pazienza passata la quale ci si oppone di colpo alla disciplina quotidiana. Occasione è spesso un motivo all'apparenza insignificante... Piccole occasioni di rottura della pazienza quotidiana contengono grandi scosse".

2. La complessità della ME

Abbiamo tutti partecipato all'apertura positiva di un campo senza limitarci ad assistere. La riflessione ora deve svilupparsi lungo diverse direttrici, puntando soprattutto ad un chiarimento concettuale della ME. Provo ad elencare gli elementi di identità ma anche quelli che fino ad oggi sono risultati più *connettivi*:

- a) un comune atteggiamento di rivendicazione della terzietà del movimento; rispettando le provenienze disciplinari e politico-culturali di ognuno e di tutti, si gettano la premesse per un'istituzione associativa indipendente e sottratta all'agonismo della politica. Ciò crea le premesse per una flessibile cultura delle alleanze istituzionali anche nell'obiettivo di certificazioni e verifica esterni.
- b) il secondo elemento è l'impegno attivo ad incorporare la riflessione nell'azione educativa, facendo diventare la ME un "veleno" straordinario, un paragrafo fondamentale soprattutto della *formazione dei formatori*.
- c) L'atteggiamento etico di fondo consiste nella volontà di rifiutare un pessimismo di maniera sui media e sulla scuola
- d) Occorre prendere atto che siamo parte di un mondo che ha l'aspetto seduttivo di mostrarci gli elementi più avanzati del sistema. Ma i momenti di eccellenza, che sembrano gli unici in grado di modificare la realtà educativa o formativa, rischiano di rappresentare l'alibi di una realtà non adeguata e non possono esimerci dall'impegno di occuparci di realtà arretrate. Occorre ora portare la sfida sulla normalità e sugli standard.

3. Territori e affinità elettive della ME

Di fronte all'indebolimento della passione educativa e all'esaurimento della centralità della scuola occorre rimettere la *formazione al centro*.

Si rischia, infatti, di perdere un elemento forte, cioè un soggetto intenzionato alla modificazione consapevole degli utenti. La scuola sembra appiattita sulla registrazione e non riesce ad "aggreddire" la diversità. Non possiamo essere complici dell'educando, soprattutto quando egli esprime (anche solo in termini di rappresentazione) una caduta di interesse per la formazione.

Tutto ciò è meno frustrante che in passato poiché molte realtà lavorano oggi all'innovazione; ma c'è bisogno

di un coordinamento dell'innovazione. Soltanto in questo modo le *realità virtuose* possono diventare una parte feconda del cambiamento. *Non abbiamo bisogno di cattedrali nel deserto, ma di tante chiese di campagna*.

Ciò vale in particolare per il rapporto tra *innovazione e standard*. Il cambiamento dovrebbe tendere a diventare routine, per diventare un elemento influente sulle condotte sociali. In questo scenario.

L'università deve essere vista, senza tuttavia creare una situazione "di monopolio", la sponda di promozione, di riflessione, di documentazione. A questo fine, potrebbe essere di fondamentale importanza sollecitare in questo senso il movimento culturale dei Corsi di Laurea in Scienze della comunicazione e del loro coordinamento nazionale.

Quanto al dibattito specifico sullo status della ME, ritengo che essa non debba essere vissuta come una disciplina a parte, o almeno come qualcosa in più nel curriculum. Con il trucco della disciplina e con la trappola della disputa sui confini è sempre stata uccisa l'innovazione. Per questo la ME dovrebbe essere il clima e l'atmosfera del curriculum, più che una "sapienza" o un *expertise* riconoscibile.

Abbiamo bisogno di radicare il mondo della ME. C'è una funzione, anche deontologica, in cui ci rimettiamo in discussione costruendo il luogo della confidenza, la fiducia reciproca. Dobbiamo riconoscere che i messaggi deboli servono solo a ratificare la nostra impotenza. Per questo abbiamo bisogno di messaggi forti, chiari, non diplomatici. Il problema della scuola non è l'adeguatezza degli insegnanti rispetto alla loro mission, ma quello di costruire messaggi impegnativi, *messaggi di vita e non di carta*. Rivoltella ha sollevato ironicamente - ed è certo condivisibile - l'attenzione contro la iperproduzione di Carte, ma stavolta può essere diverso a condizione di sentire che *la carta siamo noi*, se la faremo diventare un potente elemento di rinnovamento della nostra azione quotidiana.

Le conclusioni della Convention

Roberto Giannatelli, Presidente del MED

Ringrazio per l'onore che mi viene fatto affidandomi le conclusioni della nostra Convention. Io vedo questo momento come una tappa significativa del cammino che è iniziato dieci anni fa. Allora si erano avviati i primi tentativi per introdurre la media education in Italia. Proprio non immaginavamo di giungere qui, a Bellaria. Questa Convention costituisce un momento importante che vede a raccolta non solo soci e simpatizzanti del MED, ma tante altre risorse presenti nel nostro Paese, in primo luogo il Centro Zaffiria e Formedianet, che hanno deciso di camminare insieme. E vediamo che il nostro orizzonte si è allargato: non solo media education nella scuola, ma nelle più svariate situazioni che si trovano nel territorio. E sono presenti e partecipi le stesse istituzioni (comune, provincia, Authority per le comunicazioni), come avevamo sempre sognato. Tutto questo è molto bello. Vorrei ora indicare alcune considerazioni di sintesi che rilanciano il nostro cammino.

1. A Bellaria si è manifestata l'**età adulta** della media education italiana. Ce l'hanno detto gli amici francesi e inglesi qui presenti, lo confermano le autorità politiche e amministrative intervenute, lo sentiamo noi stessi, "popolo articolato" della ME italiana (docenti delle Università, educatori, professionisti dei media). Da qui riparte con più coraggio e chiarezza di fini il nostro movimento.

2. Il **clima**. Perché siamo qui? Certamente perché la ME è da noi sentita come un elemento necessario del progetto educativo di cui ha bisogno il nostro Paese. Ma, nello stesso tempo, perché si è creato un certo "clima" tra noi. L'abbiamo verificato più volte nella *Summer School* di Corvara, nel convegno di Napoli nell'ottobre scorso e ora qui, a Bellaria. Stiamo crescendo come *scuola* (che fa ricerca e formazione), *movimento* (che motiva e interviene nella scuola e sul territorio), *comunità* dei media educator italiani.

3. "**La carta siamo noi**", ci ha detto

il prof. Mario Morcellini lanciandoci una sfida. Le carte siglate nel passato (dalla Carta di Treviso del 1990 al codice di autoregolamentazione sottoscritto dalle emittenti televisive durante il governo Prodi) non hanno modificato il rapporto media-minori né hanno migliorato la fruizione delle proposte mediali da parte dei ragazzi e dei giovani. La Carta di Bellaria contiene più elementi propositivi che non di difesa. Spetta ora a noi sviluppare la propositività contenuta nella Carta.

4. "**Noi siamo qui**". Così rispondo alle sollecitazioni che ci sono state fatte dal prof. Mario Morcellini (come coordinatore nazionale dei corsi di laurea in scienze della comunicazione), dall'on. Alfredo Meocci come commissario dell'Authority delle comunicazioni, dal sindaco di Bellaria e dall'assessore all'istruzione della provincia di Rimini. Il MED da parte sua ha maturato questa "volontà politica" di essere protagonista per il pieno esercizio della cittadinanza. Vogliamo rafforzare la collaborazione con la pubblica amministrazione, con le istituzioni e i professionisti dei media, con le agenzie educative. Ringrazio la Convention di Bellaria che ci offre questa opportunità.

5. **Educazione e etica**. Come ho ricordato nella mia relazione d'apertura della Convention, l'esperienza che ho fatto in Cina nei giorni scorsi, mi ha toccato profondamente. All'*International Symposium on Religions, Morality and Social Concern* che si è tenuto presso la Fudan University di Shanghai dal 6 al 10 aprile, ho parlato di "Ethic, Communication and Media Education". I media sono un aspetto centrale della modernità che la società ha vissuto nel secolo scorso e che vivrà ancora più largamente e intensamente nel nuovo millennio. Sovente i media ci sono apparsi come un "potere" troppo vincolato a interessi ideologici ed economici che hanno ridotto l'offerta mediale a merce che viene "venduta" a vantaggio dei poteri politici ed economici. Fin dall'inizio della nostra esperienza di ME abbiamo creduto di dover contrapporre al "potere" di

questi media il "contropotere" dell'intelligenza critica, dei valori etici e dell'educazione. Il nostro progetto si gioca sui tempi lunghi, ma solo così ha la speranza di essere vincente.

6. **Ringraziamenti**. L'ultima parola non è formale. Come a conclusione di ogni iniziativa, c'è la consapevolezza che la riuscita è stata preceduta da un lungo lavoro di preparazione, da una paziente tessitura delle collaborazioni e delle convergenze, di reperimento delle risorse e degli appoggi politici e amministrativi. Un grazie molto sentito va ad Alessandra Falconi, Presidente di Zaffiria, che ha ideato e reso possibile la nostra Convention, con la collaborazione delle Università di Bologna, della Cattolica di Milano, del MED e di Formedianet e di tanti altri. Un ringraziamento agli sponsor e alle autorità politiche e amministrative di Bellaria e Rimini.

"Beati coloro che hanno sogni di futuro e hanno il coraggio di pagare il prezzo perché i loro sogni diventino realtà".

Rinnova la tua iscrizione al MED per il 2002

Versando la quota sociale di 35 euro mediante CCP 54765003

Intestato a:
MED-Media education
Via Cavriglia, 8
00139 Roma

PER INFORMAZIONI

Presidenza MED:
Tel. 06.87290296
Fax 06.87290682

Segreteria MED:
Tel. 338.2196878

Carta di Bellaria

sull'educazione ai media e alle tecnologie nell'Italia del nuovo millennio

Art. 1 - Scenario e indirizzo

La realtà sociale e culturale del nuovo millennio, in continuità con strutture e processi già consolidati durante la seconda metà del XX secolo, evidenzia il costituirsi di un vero e proprio ambiente mediatico (**media environment**). Il dato dice qualcosa di più della semplice constatazione che i media in quanto strumenti recitano una parte da protagonisti nelle prassi individuali e sociali: suggerisce piuttosto l'idea di un sistema sociale di cui i media e le tecnologie di comunicazione sono parte integrante in modo tale da appartenere in modo quasi naturale alle attività di comunicazione, scambio, costruzione della conoscenza che vedono quotidianamente coinvolti i soggetti.

Per questo nuovo modello di realtà sono stati avanzati termini ormai entrati nell'uso: si parla di cyber society, di società di rete, di società dell'informazione. Le sue caratteristiche dipendono in larga parte dal dispositivo dei media che contribuiscono a costruirla: in particolare si pensi ai fenomeni della spettacolarizzazione diffusa (promossa dal cinema e dalla televisione), della telerealtà (generata da una televisione che certifica gli accaduti a livello di visibilità sociale e decreta cosa abbia e non abbia diritto di esistenza), della planetarizzazione (la rete internet e la televisione satellitare portano, di fatto, il mondo in ogni casa), della discorsivizzazione (alimentata dalla carta stampata nella sua attività di costruzione della notizia spesso al di là del rispetto per i fatti).

Tutti questi temi trovano nella **globalizzazione** insieme un contenitore e un rinforzo. Un contenitore perché i media ne sono protagonisti a tutti gli effetti: le reti telematiche, il satellite a trasmissione diretta, le grandi holding della comunicazione, infatti, sono parte e insieme volano della progressiva transnazionalizzazione della produzione e dei consumi. Un rinforzo perché la globalizzazione alimenta e promuove proprio i processi che i media attivano e sostengono.

Un simile scenario riconosce sicuramente ai soggetti nuove opportunità: una maggiore disponibilità dell'informazione, una maggiore possibilità di comunicazione che abbatte le distanze, la razionalizzazione e la velocizzazione dei processi di produzione della conoscenza, il superamento delle chiusure localistiche e la costruzione di una cittadinanza universale. Comporta però anche la registrazione di una serie di problemi ed attenzioni: il rischio di un indebolimento della soggettività, il rapporto tra accesso all'informazione e giustizia (digital divide), il diritto alla verità delle informazioni, la tutela delle relazioni interpersonali.

Sembra difficile valorizzare queste opportunità e minimizzare l'impatto di questi problemi senza la costruzione di **una cultura che metta al centro delle attenzioni istituzionali l'educazione come strumento di tutela dei diritti e costruzione della cittadinanza.**

Art. 2 - La Media Education: definizione e principi ispiratori

Interpretando questo scenario e raccogliendo l'istanza in favore di una **nuova centralità dell'educazione**, in contesto internazionale e in maniera sempre più convincente anche nel nostro paese la Media Education si è andata proponendo come sensibilità culturale e ipotesi di intervento adatta alle circostanze.

La Carta di Bellaria, mentre propone alle istituzioni la Media Education come strategia per gestire al meglio l'educazione alla cittadinanza nella società dell'informazione, ne sottoscrive e propone una **definizione ampia** che la intende come "quel particolare ambito delle scienze dell'educazione e del lavoro educativo che consiste nel produrre riflessione e strategie operative in ordine ai media intesi come risorsa integrale per l'intervento formativo".

Questa definizione indica la duplice natura della Media Education, insieme ricerca e intervento sul campo, propone di tenere in considerazione tutti i media (dai tradizionali ai new media), fa riferimento genericamente all'intervento formativo sottintendendo che i suoi spazi non sono solo quelli della scuola, ma anche della famiglia, del non profit nelle sue diverse forme e dell'impresa.

Di questo programma la Carta di Bellaria intende farsi carico nello spirito della Costituzione italiana (in particolare l'art. 3 e l'art. 34), delle dichiarazioni internazionali sui diritti dell'infanzia, del programma quadro europeo per la costituzione della "Società dell'informazione", della Dichiarazione dell'UNESCO sulla Media Education (1982), della "People's Communication Charter" proposta alla Founding Convention del Cultural Environment Movement (St. Louis, Missouri, 15-17 marzo 1996) e dei grandi congressi internazionali che dalla fine degli anni '80 hanno indicato il cammino al movimento di chi nell'educazione ai media coglie una responsabilità civica e un'urgenza morale: il *Meeting of Research and Media Education* di Losanna (1988), il Congresso di Tolosa (1990) *New Directions in Media Education*, il Forum dell'UNESCO *Les jeunes les médias demain* (Parigi, 1997), il Congresso di Toronto *Children, Youth and the Media beyond the Millennium* del maggio 2000.

Art. 3 - Obiettivi

La Carta di Bellaria, nel riferimento alla realtà attuale (art. 1) e coerentemente con i suoi principi ispiratori (art.2), si propone di promuovere e sostenere la Media Education come strada maestra per la **costruzione della cittadinanza e la salvaguardia dei valori** umani indicandone gli strumenti operativi nell'alfabetizzazione ai linguaggi mediali, nell'analisi critica dei messaggi e

delle strategie comunicative ad essi sottese, nell'interpretazione attenta dei consumi in relazione ai contesti sociali e culturali cui i soggetti appartengono, nell'uso creativo e consapevole delle potenzialità espressive proprie dei diversi media e dei loro linguaggi.

Inoltre, la Carta di Bellaria intende promuovere il riconoscimento di una identità culturale e sociale a tutti i soggetti (media educators) che operano in ambiti educativi utilizzando come strumento i media o facendo dei media il loro oggetto di intervento e riflessione.

In terzo luogo, e contestualmente rispetto agli obiettivi precedenti, si propone anche di favorire la nascita, la crescita e il consolidamento di un **movimento italiano della Media Education**, superando la fase della sperimentazione, spesso intelligente e ricca di spunti educativi ma sporadica e segnata dalla discontinuità e dalla mancanza d'integrazione degli interventi.

Art. 4 - Proposte

Concretamente, questa idea della Media Education e questi obiettivi si traducono in alcune proposte cui la Carta riconosce un ruolo strategico decisivo ai fini di un adeguato collocamento dell'educazione nella società dell'informazione. Tali proposte si devono intendere come suggerimento e invito deciso ai soggetti istituzionali e ai policy makers in generale perché prendano posizione al riguardo e adeguino le prassi legislative e di intervento in contesto in modo da fornire una risposta alle proposte stesse.

Nello specifico si suggerisce:

- di **accreditare la figura del media educator** nella scuola e nell'extrascuola come profilo professionale nuovo, esperto di educazione e di processi comunicativi, capace di riflessione, coordinamento e intervento nelle attività che riguardano l'uso dei media e delle nuove tecnologie. In sostanza si chiede che si passi dalla registrazione del bisogno sociale di questa figura e dalla sperimentazione spesso lasciata alla volontà dei singoli o dei gruppi a un riconoscimento chiaro di identità e spazio operativo;

- che le università si facciano carico della predisposizione di **percorsi formativi specifici** per la preparazione di queste figure (lauree di base e di specializzazione, master accademici, corsi di alta formazione) attivando anche forme di collaborazione interateneo per la loro organizzazione;

- che il Ministero dell'Istruzione Università e Ricerca (MIUR) avvii una riflessione attenta sugli **spazi didattici per la Media Education all'interno dei curricoli** e sulle azioni necessarie, a livello di **formazione iniziale e in servizio**, per consentire agli insegnanti di fare intervento di Media Education nelle loro pratiche didattiche. Si tratta di una decisione urgente che potrebbe consentire al paese di allinearsi agli standard europei e nordamericani al riguardo;

- che i ministeri competenti (Affari sociali, Sanità, Pari opportunità) si facciano carico di valorizzare e promuovere iniziative di educazione ai, con e attraverso i media intese come risorse attive per il **sostegno e recupero della persona in situazione di malattia o disagio**. Le esperienze significative già esistenti nei diversi ambiti (handicap, istituti di correzione, centri diurni) incoraggiano a perseguire il compito traducendolo in programmi e istanze di lavoro;

- che le emittenti e le imprese produttive che operano nel settore dei media si assumano il compito di funzionare da osservatorio delle esperienze e si facciano carico della **integrazione nei loro organici di figure competenti** sul rapporto tra media e processi formativi. Si tratta di una misura urgente, sia perché la questione deontologica è sempre più decisiva nelle comunicazioni di massa, sia perché le fasce deboli costituiscono un target che non è più possibile non tenere in considerazione tutelandone il diritto a contenuti adeguati per qualità e rispetto delle età evolutive;

- che le associazioni dei genitori e degli educatori in genere possano riconoscersi come compito prioritario la predisposizione di strumenti (guide, tutorial, quaderni operativi) e occasioni formative (scuole genitori, stage, workshop) atti a **sviluppare la media competence** delle figure educatrici accrescendo la loro sensibilità riguardo ai media.

Art. 5 - Azioni

Queste proposte, nello spirito degli estensori della Carta di Bellaria e di coloro che l'hanno sottoscritta, si dovranno tradurre in alcune azioni concrete che operino da catalizzatore per la loro graduale realizzazione. Esse sono:

- la promozione di un **collegamento in rete di tutti gli educatori** e le realtà che lavorano in ambito educativo con i media e si riconoscono nel programma enunciato dalla Carta. Questo collegamento potrebbe guardare idealmente al *MED. Associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione* come al proprio collante associativo nella linea delle grandi associazioni internazionali, prima fra tutte la Association for Media Literacy (AML) dell'Ontario, Canada;

- la nascita di un **Osservatorio Interuniversitario per la Media Education (OIME)** che possa aggregare le università italiane in cui esistano ricercatori o centri di ricerca impegnati nella riflessione sulla Media Education e l'Education Technology per promuovere la ricerca e la formazione riguardo alla educazione e alla didattica dei media e delle tecnologie;

- la costituzione di un **Archivio Nazionale delle Esperienze di Media Education (ARNEMED)** in cui possano confluire materiali didattici, pacchetti multimediali e altre risorse didattiche da mettere a disposizione dei

docenti e dei ricercatori. Questo archivio potrebbe trovare collocazione presso il Centro Zaffiria di Bellaria-Igea Marina ed essere coordinato insieme ad altre realtà sul territorio nazionale;

- la trasformazione della Convention di Bellaria in una **Biennale della Media Education** che funzioni da raccordo e da occasione di condivisione di esperienze per tutti i media educators italiani.

Art. 6 - Intentimenti

La Carta di Bellaria vuole essere un documento politico, se per politica si intende il diritto e il dovere di esercitare la propria cittadinanza. Non vuole essere un documento politico, invece, se per politica si intende il sostegno e la promozione di un programma partitico.

La Carta di Bellaria è di tutti coloro che vi si riconoscono. Da questo punto di vista auspica di diventare piattaforma di dialogo in cui le dialettiche ideologiche, di appartenenza, di campanile si compongano nel superiore interesse per l'educazione e i valori dell'uomo.

La Carta di Bellaria riconosce nella diversità un valore e non un ostacolo a patto che essa accetti di essere sinfonica.

Educare al senso critico e all'autonomia di giudizio è oggi obiettivo di importanza e portata tali da dover ottenere il consenso di tutti e un concorso cooperante che lo possa tradurre in pratica. In questo modo la Media Education diviene anche scuola di legalità, spazio in cui realizzare la giustizia, luogo in cui esercitare la responsabilità e la solidarietà.

Bellaria, 13 aprile 2002

Summer School

Laboratorio permanente di metodi e tecniche della media education

Corvara (Bz), 6-15 luglio 2002

Corso riconosciuto dal Ministero dell'istruzione, dell'università e della ricerca con DM del 27/12/2001

Accogliendo l'indicazione emersa al termine dell'ultima *Summer School* di Corvara (2001), il corso estivo assume il volto di un laboratorio dedicato in particolare all'acquisizione e al perfezionamento delle metodologie e delle tecniche di lavoro/animazione nel campo della media education (gli altri due momenti, biennali e ad anni alterni, sono la *Convention di Bellaria - Igea marina* (Rn) - dedicata alla presentazione e allo scambio delle esperienze - e il *Convegno scientifico* - votato all'approfondimento e alla ricerca).

Pensando al laboratorio sulla lunghezza di 6 giorni effettivi (dal lunedì al sabato, con arrivo la domenica precedente e partenza il lunedì successivo), la struttura prevede due giorni di input teorico e quattro giorni di workshop.

Per i due giorni di input teorico:

- la prima giornata (lunedì 8 luglio) sarà di **confronto con un'esperienza straniera**. Quest'anno è stata invitata Isabelle Breda del CLEMI (Paris) a relazionare sulla valutazione della *media education* e la ricerca educativa in relazione a Internet (Educaunet);
- la seconda giornata (martedì 9 luglio) si articola su due relazioni portanti. Sono stati invitati Ruggero Eugeni (Cattolica di Milano) per l'**analisi del testo**; Cristiana Ottaviano (Università Cattolica di Milano e Brescia) per l'**analisi del consumo**.

Le altre quattro giornate (10-13 luglio) saranno costruite sulla iterazione (due giorni + due giorni) di alcuni **workshop** di carattere metodologico:

- analisi dell'immagine (Gianna Cappello, Università di Palermo)
- analisi della narrazione (Piero Trupia, Luiss e UPS)

- sceneggiatura (Carlo Tagliabue, Università per stranieri di Perugia e UPS) e Francesca Scancarello (autrice di programmi televisivi);
- produzione video (Luciano Di Mele, videomaker)
- lavoro in rete telematica (Mario Rotta, Università di Firenze);
- leggere e fare il giornale in classe (Marco Deriu, Università di Macerata; Antonio Preziosi, inviato speciale della RAI);
- fumetto e didattica (Roberto Farnè, Università di Bologna)
- comunicare con i burattini (Zamorano Ana Liz e Angela Castelli, esperta di animazione)
- tecniche di animazione e *media education* (Lucio D'Abicco, Università di Bari)

Ogni corsista potrà seguire due di questi workshop. Nelle serate degli stessi giorni sono previsti interventi dei Professori Cesare Scurati, Pier Cesare Rivoltella, Roberto Giannatelli circa i programmi della scuola primaria e secondaria. Nei dopo-cena i corsisti saranno invitati a presentare le loro esperienze di media education.

Per l'iscrizione alla Summer School:

inviare entro il 15 giugno 120 Euro (100 per i soci MED) attraverso il CCP 54765003 intestato a MED-Media education, Via Cavriglia 8. 00139 Roma.

Per le informazioni:

tel.06/87290296; fax: 06/87290682;

giannatelli@ups.urbe.it; giannacappello@libero.it

Per gli alberghi di Corvara (Bz):

Hotel Italia (tel. 0471/836182 -836082; fax: 0471/836575); Garni Villa Resi (tel. 0471/836097); Garni Ciasa de Munt (tel. 0471/836213); Garni Villa Rezia (tel.0471/836878).

I media per il progresso umano

Il rapporto tra media - etica - educazione costituisce una delle grandi sfide che abbiamo ricevuto in eredità dal secolo scorso.

La mia *prima tesi* è che i media non hanno ancora messo a disposizione dell'intera famiglia umana le loro eccezionali risorse o le hanno messe a disposizione in modo ineguale creando inforicchi e infopoveri; oppure le hanno offerte inquinate da quella malattia che è la loro dipendenza da interessi economici e da strumentalizzazioni ideologiche. I media non sono stati pienamente a servizio dell'uomo, del suo sviluppo integrale, della sua libertà. Non hanno potuto esprimere la loro vocazione fondamentale, che è quella di creare "comunione e progresso" (è questo il titolo dell'istruzione pastorale "Communio et Progressio" del Pontificio Consiglio delle Comunicazioni sociali dell'anno 1971).

La *seconda tesi* è che l'apporto dell'etica e dell'educazione sono come due grandi "medicines" preventive per guarire i media dalla loro malattia e difendere l'uomo dal loro potere. Sono un contropotere che si oppone al potere dei media.

Etica e profezia nel "nuovo areopago" dei media

Una parola sull'etica dei media è certamente attesa da una Chiesa che si fa presente nel "nuovo areopago" dei mezzi di comunicazione sociale. I media, infatti, "non sono forze cieche della natura alle quali l'uomo non può sottrarsi" (*Etica delle comunicazioni sociali*, n.1). I media fanno appello alla responsabilità dell'uomo. Alla loro origine ci sono uomini e gruppi di potere con determinate finalità e interessi. Nel momento della ricezione dei loro messaggi ci sono ugualmente persone con loro responsabilità. I media sono soltanto dei "mezzi". Dipende dall'intenzione dell'uomo renderli buoni o malvagi, far in modo che contribuiscano alla felicità o al fallimento dell'uomo. Al centro dei problemi sollevati dai media, si pone innanzi tutto la questione dell'etica, dei valori in gioco e delle responsabilità.

Su questi problemi, il Pontificio Consiglio delle Comunicazioni sociali, presieduto dal vescovo nordamericano, mons. John P. Foley, ha formulato negli ultimi anni una riflessione etica

Etica, comunicazione e media

Il Presidente del MED, Prof. Roberto Giannatelli, è stato invitato dalla Fudan University di Shanghai a partecipare all'International Symposium on Religions, Morality and Social Concern (6-10 aprile 2002) tenendo una relazione su "Ethic, Communication and Media Education. Catholic Church Perspective". Riportiamo alcuni brani della relazione.

che merita di essere presa in considerazione. Mi riferisco ai tre documenti: *Etica della pubblicità* (20 febbraio 1997), *Etica nelle Comunicazioni sociali* (4 giugno 2000), *Etica in Internet* (22 febbraio 2002), elaborati successivamente dallo stesso Consiglio. Si tratta di una riflessione che si muove tra denuncia e profezia, intesa quest'ultima come formulazione di una utopia, di una grande attesa su ciò che i media non hanno ancora dato e che potranno dare nel prossimo futuro.

Le responsabilità della pubblicità

E' noto come i moderni media (in particolare i giornali e la televisione) sono legati all'economia e alla pubblicità. Senza gli enormi proventi della pubblicità non potrebbero esprimere l'alto standard professionale richiesto dalla gente oggi. D'altra parte i media (la televisione in modo particolare) trascinano il pubblico verso livelli di attesa e gusti sempre più bassi, dove dominano il sesso e la violenza, la spettacolarità e la superficialità, l'effimero e il consumismo. Si dice che "i media comprano audience per consegnarla ai pubblicitari". E i pubblicitari non si attendono un pubblico colto ed eticamente corretto. Si attendono un pubblico di consumatori.

I pubblicitari non possono scusarsi dicendo di seguire i gusti della gente. Il documento della Chiesa cattolica sull'etica della pubblicità è esplicito. "Dissentiamo da coloro che affermano che la pubblicità rispecchia semplicemente gli atteggiamenti e i valori della cultura circostante. Senza dubbio la pubblicità, come gli strumenti della comunicazione sociale in generale, funge da specchio. Ma, come i media in generale, contribuisce anche a modellare la realtà che riflette e di cui talvolta presenta un'immagine distorta. I pubblicitari selezionano tra i valori e gli atteggiamenti quelli che vogliono promuovere e incoraggiare,

promuovendone alcuni e ignorandone altri (*Etica della pubblicità*, n.3).

Un giudizio su Internet

L'analisi sul rapporto Internet ed etica viene condotta dal recente documento *Etica in Internet* del 22 febbraio scorso. Anche qui ritorna la domanda: "Con Internet le persone saranno migliori e più felici?" (n.1). Internet sarà utile per la causa della pace e la giustizia nel mondo, oppure approfondirà le divisioni e le ingiustizie?

Come per gli altri mezzi della comunicazione sociale, Internet presenta "due facce della medaglia": i nuovi mezzi "sono strumenti potenti di educazione e di arricchimento culturale, di commercio e partecipazione politica, di dialogo e comprensioni interculturali", ma "possono anche essere utilizzati per sfruttare, manipolare, dominare e corrompere" (ib.). Di fatto gli enormi benefici portati dai nuovi mezzi della comunicazione, in particolare da Internet, "non sono condivisi in maniera uniforme. Alcuni individui, imprese commerciali e Paesi hanno visto aumentare enormemente il loro benessere mentre altri sono rimasti indietro" (n.4). Sono rimasti "ai bordi del cammino" del progresso umano (ib.). E' cresciuto lo scandalo del *digital divide*, per cui i ricchi diventano sempre più ricchi e i poveri sempre più poveri (n.10).

L'utopia espressa da questo documento è che Internet sviluppi al meglio le sue risorse eccezionali. "Caratterizzato da istantaneità e immediatezza, Internet è presente in tutto il mondo, è decentrato, interattivo, indefinitamente espandibile per quanto riguarda i contenuti, flessibile, molto adattabile. E' egualitario, nel senso che chiunque, con gli strumenti adeguati e una modesta abilità tecnica, può essere presente nel cyberspazio, trasmettere al mondo i propri

continua a pag. 16

Bisogni formativi emergenti: integrazione delle risorse suol territorio

L'educazione ai media è divenuta ormai, negli ultimi anni un ambito di studi ampio e complesso nel quale convergono gli apporti di varie discipline e di ricercatori con formazioni molto diverse.

Si tratta di un settore in rapido sviluppo che richiama sempre più forze. Anche le famiglie e le scuole sono impegnate a riappropriarsi di ruoli essenziali nel potenziamento del pensiero critico e di stimolazione di quello creativo a partire da una corretta interazione con i nuovi media.

La "media education" è diventata dunque una dimensione ormai ineludibile nella formazione delle competenze degli educatori (insegnanti o genitori), data la pervasività che ha assunto il sistema massmediale nella vita dei bambini e dei giovani. La sfida investe, a vario titolo tutte le istituzioni che hanno compiti formativi.

In particolare non si tratta solo di richiamare la scuola ai ruoli, tradizionali, di sviluppo del pensiero logico, ma di tener conto anche dei cambiamenti subiti dagli stili di apprendimento dei discenti sulla base delle nuove forme comunicative non più cartacee.

Occorre inoltre trasformare i bambini da fruitori passivi a comunicatori attivi, in grado di utilizzare rettamente le nuove opportunità, per rompere barriere comunicative, per gioire di possibilità di scambio di idee, emozioni, sempre più ricche.

Per conseguire questi obiettivi occorre una concorrenza di forze, l'integrazione di diverse risorse su di un territorio.

Può diventare quindi un modello emblematico quello che si è realizzato in Piemonte, a Torino, dove una Facoltà Universitaria, con corsi di laurea in DAMS, in scienze dell'educazione e della formazione primaria, una rete di scuole, la RAI, il CIVES (Coordinamento Italiano Video e scuola) e gli enti locali (amministratori del capoluogo e di altri comuni) hanno deciso di integrarsi per coordinare le attività finalizzate a potenziare l'educazione all'immagine televisiva, attraverso la formazione di specialisti, la sperimentazione di nuovi curricula,

l'integrazione di laboratori e tirocini sul tema, nella preparazione di insegnanti e di educatori, ecc.

L'iniziativa della convenzione si cala su un tessuto di fattive esperienze di collaborazione precedenti sviluppate attraverso ricerche, tesi di laurea, convegni, impegni degli enti locali a favore di iniziative delle scuole, ecc.

Speriamo che l'iniziativa, contribuisca

davvero, costruendo dei professionisti attenti e competenti, a rispondere meglio ai bisogni educativi dei bambini e indirettamente a migliorare la qualità della produzione televisiva a loro destinata e della scuola che non può più ignorare questa parte importante della cultura dell'infanzia.

Cristina Coggi

Università di Torino

PROTOCOLLO D'INTESA

Educazione all'immagine televisiva

tra

RETE DI SCUOLE "Progetto Capire Fare e Socializzare tv"
COMUNE di TORINO, Assessorato al Sistema educativo
COMUNI di Nichelino, None, Vinovo, Carmagnola
C.I.V.E.S. Coordinamento Italiano Video e Scuola
RAI - Radiotelevisione Italiana
UNIVERSITA' DEGLI STUDI di TORINO, Facoltà di Scienze della Formazione

Viste la Legge 15/3/97, in particolare l'art. 21, e il D.P.R. 275 dell'8/3/99, art. 7, che consentono all'autonomia delle scuole di costituirsi in reti e di interagire con le autonomie locali, enti pubblici ed associazioni;

Visto l'accordo quadro del 7/4/2000 tra Ministero della Pubblica Istruzione e Comune di Torino con l'obiettivo di ricomprendere le progettualità che accomunano l'ente locale e le istituzioni scolastiche;

Visto l'accordo di rete firmato dalle istituzioni scolastiche del "Progetto Capire Fare e Socializzare tv" in data 17/9/2000;

Considerato che il mondo della cultura e le tendenze in atto nella società dell'informazione pongono giovani e bambini a contatto con un complesso contesto comunicativo, connotato da

una pluralità di linguaggi, non ultimo il linguaggio televisivo;

Considerato che è attualmente in corso la revisione dei curricula scolastici nazionali e che i risultati del Progetto sull'Educazione all'immagine televisiva possono portarvi adeguati contributi;

Premesso che la Rete di scuole rileva come la realizzazione di progetti complessi ed a lungo termine comporta l'interazione con gli enti locali e le associazioni del territorio;

Premesso che il Comune di Torino ha collaborato con la rete di scuole per la realizzazione del progetto Educazione all'immagine televisiva e che sta promuovendo ed organizzando un festival nazionale sulle produzioni audiovisive scolastiche (Sottodiciotto film festival);

Premesso che i comuni di Carmagno-

la, Nichelino, None, Vinovo, hanno collaborato in passato per realizzare il progetto "Educazione all'immagine televisiva" attraverso contributi per l'allestimento dei laboratori scolastici, l'esecuzione di corsi di formazione per insegnanti e genitori;

Premesso che la RAI e l'Università degli Studi di Torino hanno collaborato con le scuole della Rete, attraverso il monitoraggio della trasmissione televisiva "Melevisione";

Fatto salvo che gli interventi degli enti locali saranno comunque adottati in relazione alle risorse finanziarie annualmente rese disponibili allo scopo, così come agli impegni assumibili dal Consiglio di Facoltà, dal Direttivo del Cives e dalle singole istituzioni scolastiche, nell'ambito dell'autonomia scolastica ad esse riconosciuta;

si conviene quanto segue:

Art. 1

I soggetti della presente Intesa sono definiti in intestazione

Art. 2

La Rete di scuole si impegna nei confronti delle singole scuole a:

- socializzare metodologie didattico-educative;
- istituire un centro di raccolta e di documentazione in ogni scuola fruibile da tutti i soggetti della Rete
- promuovere la diffusione e l'ampliamento della Rete
- agire nell'elaborazione di curricula sperimentali
- progettare e verificare gli eventi del progetto
- aprire al quartiere i laboratori finanziati dall'ente locale
- promuovere iniziative di formazione

La Rete di scuole si impegna nei confronti della famiglia a:

- sollecitare la costituzione di commissioni miste genitori/docenti di educazione all'immagine televisiva per la co-progettazione di iniziative
- coinvolgere le famiglie nello svolgimento della formazione educativa

La Rete di scuole si impegna nei con-

fronti dell'ambito sociale a:

- porre attenzione sulle esigenze del territorio
- progettare e socializzare eventi educativi e animazione sul territorio

La Rete di scuole si impegna nei confronti dell'ente locale a:

- coordinare iniziative a livello locale
- fornire consulenza, metodologie e percorsi educativi
- rendere utilizzabili i laboratori scolastici per la comunicazione sul territorio

La Rete di scuole si rende disponibile nei confronti dell'Università

- per i tecnici
- per le ricerche di studio
- per accogliere tirocinanti del corso di laurea in Scienze della Comunicazione

Art. 3

La Rai nei confronti dei soggetti costitutivi della Rete si impegna a:

- favorire l'attività didattica: si potrà prevedere la possibilità per le scuole materne ed elementari di passare una giornata a contatto con la realtà della televisione attraverso la collaborazione di due animatrici presso il Centro di Produzione; le animatrici saranno inoltre disponibili alla presentazione del progetto alle insegnanti delle scuole materne, elementari e medie
- partecipare alla manifestazione "Filmfestival SOTTODICIOTTO" con servizi per il GTRAGAZZI, e per GIGA RAISAT ragazzi e attraverso tavole rotonde con il materiale della produzione RAI per bambini e ragazzi
- verificare la disponibilità da parte del CPTV di Torino ad ospitare un eventuale convegno da organizzarsi tenendo conto di tutte le componenti del progetto
- verificare la disponibilità da parte di RAITRE e RAISAT Ragazzi ad offrire spazi nel palinsesto per l'eventuale messa in onda di prodotti pensati e realizzati dai bambini/ragazzi delle scuole
- attivare tirocini e/o stage presso la RAI per la formazione di figure che possano essere di supporto alle scuole per le attività didattiche legate al mondo dell'immagine tele-

visiva e della comunicazione in genere (Radio, etc.)

- promuovere l'eventuale produzione di format didattici per la decodificazione e la produzione di video.

Art. 4

Il C.I.V.E.S. Coordinamento italiano video e scuola si impegna nei confronti della Rete di scuole a:

- collaborare nel coordinare l'attività della Rete di scuole
- progettare eventi e percorsi
- fornire consulenza e formazione
- programmare convegni sull'educazione all'immagine televisiva

Il C.I.V.E.S. Coordinamento italiano video e scuola si impegna nei confronti della famiglia a:

- fornire consulenza per i genitori
- costituire gruppi di auto/mutuo aiuto per le famiglie
- garantire attività di sensibilizzazione

Il C.I.V.E.S. Coordinamento italiano video e scuola si impegna nei confronti dell'ambito sociale a:

- progettare eventi di socializzazione dei prodotti video
- realizzare produzioni video

Il C.I.V.E.S. Coordinamento italiano video e scuola si impegna nei confronti degli enti locali a:

- fornire consulenza
- progettare eventi di socializzazione
- programmare convegni

Il C.I.V.E.S. Coordinamento italiano video e scuola collabora con l'Università per iniziative riguardanti la formazione e l'aggiornamento degli studenti e degli insegnanti nell'ambito dell'educazione televisiva.

Art. 5

Il Comune di Torino e i Comuni di Carmagnola, Nichelino, None, Vinovo si impegnano nei confronti della rete di scuole a:

- mettere a disposizione competenze tecniche, materiali ed attrezzature (tramite co-finanziamento dei laboratori di rete, finanziamento di corsi di aggiornamento)
- attivare percorsi di formazione per insegnanti e genitori
- promuovere il coinvolgimento delle famiglie anche nel tempo libero
- individuare percorsi privilegiati per le iniziative della Rete
- programmare incontri, seminari e

- convegni
- istituire borse di studio per giovani formati dall'Università, quali Operatori di laboratorio
- favorire l'utilizzazione sociale dei laboratori scolastici di Rete

Il Comune di Torino e i Comuni di Carmagnola, Nichelino, None, Vinovo si impegnano nei confronti della famiglia a:

- organizzare opportunità formative
- promuovere momenti di formazione congiunta docenti/genitori
- garantire spazi di co-progettazione

Il Comune di Torino e i Comuni di Carmagnola, Nichelino, None, Vinovo si impegnano nei confronti dell'ambito sociale a:

- produrre e diffondere manifestazioni video e di educazione televisiva
- socializzare le iniziative del progetto nelle manifestazioni locali
- socializzazione dei prodotti video delle scuole e dei giovani del quartiere (lenzuolo in piazza)
- promuovere l'educazione all'immagine televisiva tra i giovani
- promuovere l'identità giovanile mediante prodotti video

Il Comune di Torino e i Comuni di Carmagnola, Nichelino, None, Vinovo si impegnano inoltre ad accogliere tirocini formativi promossi dal corso di laurea in Scienze della Comunicazione.

Il Comune di Torino mette altresì a disposizione la sede ed il servizio di segreteria per il Comitato Tecnico Scientifico.

Art. 6

L'Università degli Studi si impegna nei confronti della Rete di scuole a:

- garantire disponibilità di testi e di altro materiale bibliografico
- garantire l'accesso a competenze teoriche e di approfondimento
- collaborare al lavoro di ricerca per i curricoli sperimentali di educazione all'immagine televisiva
- selezionare e formare con borse di studio fornite dall'ente locale studenti, tirocinanti, laureati-borsisti-stagisti o dottorandi di ricerca da inviare nelle scuole, nei Laboratori comunali o presso la RAI
- realizzare ricerche e pubblicazioni su temi connessi all'educazione all'immagine televisiva

- offrire agli insegnanti della Rete l'opportunità di partecipare a lezioni inerenti le tematiche in oggetto di convenzione ed eventuali convegni organizzati sul tema

L'Università degli Studi si impegna nei confronti della famiglia a:

- promuovere momenti di formazione permanente

L'Università degli Studi si impegna nei confronti dell'ambito sociale a:

- promuovere formazione permanente e sensibilizzazione sulle problematiche dell'educazione all'immagine televisiva

L'Università degli Studi si impegna nei confronti dell'ente locale a:

- formare tecnici (Operatori di laboratorio) con competenze educative, tramite stages da svolgere presso la RAI e presso i Laboratori del Comune di Torino

Art. 7

La realizzazione dei profili di gestione del progetto "Educazione all'immagine televisiva" sono demandati al Comitato Tecnico-scientifico.

Il Comitato Tecnico-scientifico:

- elabora il piano operativo annuale, comprensivo degli oneri derivanti dalla presente convenzione, da sottoporre ai firmatari per i rispettivi impegni
- realizza il coordinamento degli enti per l'attuazione del piano
- svolge la programmazione e la verifica delle azioni previste dalla presente Intesa
- svolge le azioni di monitoraggio sul progetto.

Il Comitato Tecnico-scientifico è formato da due rappresentanti per ciascuno dei soggetti della presente Intesa così come definiti in intestazione, tranne per i Comuni di Carmagnola, Nichelino, None, Vinovo che eleggono un rappresentante per ciascuno di essi. Ogni membro è designato come rappresentante dal responsabile dell'ente di cui fa parte.

Il Comitato Tecnico-scientifico ha facoltà di eleggere tra i suoi membri un referente, con compiti di coordinamento in ordine all'esecuzione delle decisioni assunte dal Comitato Tecnico-scientifico stesso.

La partecipazione al Comitato Tecnico-scientifico non prevede rimborsi spese né gettoni di presenza.

Il Comitato Tecnico-Scientifico assume responsabilità e durata corrispondenti alla validità della presente Intesa. Il Comitato Tecnico-Scientifico ha sede presso il Comune di Torino - Centro di Cultura per la Comunicazione e i Media - via Modena 35 - Tel.011/851498.

Art. 8

I soggetti della presente intesa si impegnano, secondo le forme che saranno congiuntamente concordate, ad illustrare verso l'esterno i risultati delle proprie attività onde favorire la diffusione di modelli didattici ed organizzativi.

Art. 9

Il presente protocollo ha validità di tre anni a decorrere dalla data di sottoscrizione dell'intesa e può essere - d'accordo tra le parti - modificato in qualsiasi momento e rinnovato alla scadenza con apposito atto di rinnovo.

Torino, marzo 2002

RETE DI SCUOLE "Progetto Capire Fare e Socializzare tv"

COMUNE di TORINO

COMUNI di CARMAGNOLA

COMUNE DI NICHELINO

COMUNE DI NONE

COMUNE DI VINOVO

C.I.V.E.S. Coordinamento Italiano Video e Scuola

RAI - Radiotelevisione Italiana

UNIVERSITA' DEGLI STUDI di TORINO

Quando ci è stato chiesto di preparare un percorso di due giorni di media education per i ragazzi che partecipavano ad un corso di preparazione per giovani animatori degli oratori salesiani della Lombardia, ci hanno assalito non pochi dubbi. Che cosa presentare a ragazzi adolescenti? Come gestire circa cento ragazzi? Come riuscire a coinvolgerli in un lavoro produttivo che potesse stimolare anche la loro attività in oratorio? Avevamo infatti avuto da Stefano Arosio, Segretario del Centro PG dell'ILE, la richiesta di un laboratorio di educazione al mezzo televisivo, come strumento di animazione.

Alla fine abbiamo accettato la sfida anche perché per noi era la prima volta che trattavamo temi di media education in un contesto extrascolastico. Il due e il tre marzo 2002, i giovani animatori pervenuti da varie zone della Lombardia si sono ritrovati presso l'Istituto Salesiano di Sesto San Giovanni in V.le Matteotti 425 per fare formazione su temi diversi a seconda delle età: il gruppo, la cop-

Il sito del MED

www.medmediaeducation.it



Nella front page:

- La carta di Bellaria
- Il programma della Summer School di Corvara (6-15 luglio)
- Il film didattico "Fai la TV" di Luciano Di Mele

I settori del sito MED

- Forum
- Didattica
- Corsi e attualità
- MED regioni
- Pubblicazioni
- News
- Link

Invia i tuoi interventi
e le tue proposte a:
gabri_ionescu@hotmail.com

Guarda, ascolta e... scegli

pia, la televisione, la comunicazione. Il percorso che abbiamo proposto ha avuto come obiettivo principale quello di favorire da parte dei ragazzi un approccio critico alla TV ma, contemporaneamente, abbiamo voluto dare loro anche qualche strumento pratico per utilizzare questo medium in oratorio: che cos'è la TV?, che cosa fare con la televisione?

Dato l'elevato numero di ragazzi, abbiamo deciso di dividerli in tre gruppi; ognuno si è cimentato nell'analisi di uno specifico genere televisivo cercando tra quelli che secondo noi potevano attirare l'attenzione del nostro giovane pubblico. In particolare, Angela Castelli ha curato l'approccio al telegiornale mettendo a confronto i primi minuti di due notiziari di emittenti diverse. Damiano Felini, invece, ha presentato ai ragazzi uno spezzone di Dawson's Creek, telefilm molto seguito dai ragazzi ed apparentemente semplice e poco "impegnativo". Il terzo gruppo, guidato da Sonia Cagnolati, ha analizzato una puntata di Grimmy; un cartone animato americano trasmesso tutte le mattine dalle reti RAI.

L'analisi di questi tre programmi televisivi così diversi, ha avuto come linea conduttrice quella di far comprendere che non esiste solamente il livello descrittivo ma bensì molti altri modelli di lettura quali quello tecnico e quello connotativo.

Il secondo giorno, i ragazzi sono stati

suddivisi in gruppi incrociati; alcuni hanno simulato di essere i produttori di una rete televisiva e dovevano crearne il palinsesto, mentre altri si sono calati nei panni degli autori di nuovi programmi. Queste simulazioni hanno voluto portare i ragazzi a ragionare sulle logiche socio - economiche e psicologiche che sottendono al mondo della televisione. Uno spunto di riflessione può essere dato dal fatto che alla richiesta di definire la televisione che vorrebbero, la maggior parte dei partecipanti ha affermato di desiderare una TV senza pubblicità.

Dalla discussione con i ragazzi è, inoltre, emerso l'utilizzo della televisione come passatempo e che, quando si mettono davanti al teleschermo, non stanno certo a fare delle analisi critiche sui programmi che guardano o a pensare che scelte editoriali sono state fatte. Del resto anche noi media educator, quando ci sediamo sul divano e scegliamo un programma da seguire, non applichiamo tutte le griglie interpretative che gli esperti ci propongono. La conclusione a cui siamo arrivati insieme ai giovani educatori è che l'importante è possedere gli strumenti per conoscere il mondo massmediale che ci circonda per poter scegliere in modo autonomo. Non a caso lo slogan delle due giornate era "TV: scegliere significa essere liberi".

Angela Castelli, Sonia Cagnolati
MED-Lombardia

CERTIFICAZIONE: media educator, diploma di 1° livello

La Carta di Bellaria (Rimini), sottoscritta il 13 aprile scorso da 200 tra media educator, insegnanti e professori delle università italiane che hanno partecipato alla Prima Convention sulla Media education in Italia, chiede che "venga accreditata la figura del media educator nella scuola e nell'extrascuola come profilo professionale nuovo, esperto di educazione e di processi comunicativi, capace di riflessione, coordinamento e intervento nelle attività che riguardano l'uso dei media e delle nuove tecnologie. Si chiede che si passi dalla registrazione del bisogno sociale di questa figura e dalla sperimentazione spesso lasciata alla volontà dei singoli o dei gruppi a un riconoscimento chiaro di identità e spazio operativo".

Il MED, l'Associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione, che da undici anni opera per la promozione della media education Italia, offre la sua tradizionale Summer School di Corvara in Val Badia (Bz) come sede in cui verranno rilasciati i primi diplomi di media educator secondo vari livelli. Il corso di quest'anno che si svolgerà dal 6 al 15 luglio, sarà di primo livello.

“Note... multimediali”: una duplice sfida per la media education

Lucio D'Abbicco

Presso l'Istituto "Margherita" di Bari si è tenuto un ciclo di incontri sul rapporto fra musica e media dal titolo: "Note... multimediali", promosso dal "Centro MED" (che si è costituito dal 2001 presso lo stesso "Margherita"). Cosa c'entra, o meglio quanto c'entra questo tema con la *media education*?

Effettivamente si tratta di un binomio curioso e inconsueto nell'orizzonte di pratiche ed esperienze riconducibili alla *media education*; anche per questo, sin dal primo abbozzo dell'idea, essa è sembrata una sfida, da più punti di vista.

I sfida - Musica e media: un rapporto poco esplorato

"Note ... multimediali" non è nato per caso, la sua genesi parte da un'altra iniziativa promossa dal MED presso il "Margherita": un "incontro con l'autore" Guido Michelone, in occasione della presentazione del suo libro *Musica e mondo giovanile* (collana "Vivere con i media", LDC, 2000). Fu un incontro particolarmente felice, sia in termini di contenuti (era stato impostato nello stile di una conversazione fra Michelone, un critico musicale e una studentessa) che in termini di partecipazione di pubblico, con una notevole presenza di giovani. In quella circostanza si constatò come la musica fosse una tematica capace di esercitare un notevole potere di convocazione, in quanto esperienza ampiamente frequentata da tutte le fasce sociali e... anagrafiche, anche al di fuori di situazioni puramente espressive e spettacolari (il concerto, ecc.). E già in quella circostanza si parlò di musica sotto l'egida della *media education*.

Fu così che cominciai a prendere forma l'idea di approfondire il rapporto fra la musica e i vari canali - i vari *media* - attraverso i quali essa si esprime. L'ipotesi al fondo di questa idea è che fra la musica e il canale utilizzato si crei un rapporto originale e significativo: se vogliamo, è un altro modo di considerare e di tradurre la nota affermazione (ormai quasi uno slogan) che il *mezzo è il messaggio*. In particolare, se si considerano gli

ultimi cento anni (o poco più), si osserva come le tecnologie mediali via via affermatesi abbiano, tra le altre cose, accresciuto le possibilità dell'esprimersi *in e della* musica: il cinema, la televisione, ma anche Internet rappresentano oggi tasselli significativi della storia e della cultura musicale. "Note multimediali" ha così inteso offrire momenti di approfondimento, individuando come nuclei tematici proprio i singolari incroci dell'espressione musicale con alcuni dei media che caratterizzano la civiltà contemporanea. Si sono individuati dei relatori qualificati ad affrontare il particolare taglio del discorso: Gianluigi Trevisi, direttore del festival di musica contemporanea Time Zones, Nicola Morisco, critico musicale, Ivan Lusco, musicista con esperienze di colonne sonore per il cinema, e il già citato Guido Michelone, involontario "promotore" dell'iniziativa. Per mantenere viva la cifra spettacolare, naturalmente insita nella tematica affrontata, gli incontri sono stati impostati nello stile della conferenza-spettacolo, dove momenti di comunicazione verbale si alternavano a esemplificazioni degli argomenti trattati (con proiezioni e riproduzioni sonore).

Si può dire che l'ipotesi di partenza sia stata confermata dai vari interventi. Trevisi, affrontando il tema "Musica e televisione", ha evidenziato la grande rivoluzione che si verifica in campo musicale durante il '900, nel momento in cui le tecnologie della comunicazione rendono possibile la riproducibilità dell'evento musicale che, di conseguenza, non è più legato all'esecuzione dal vivo. Si tratta di un cambiamento che oltre ad incidere notevolmente sulle pratiche di consumo, modifica il modo di concepire l'evento musicale. Arriviamo così al "tappeto sonoro" dei nostri giorni: Trevisi, considerando in particolare il medium televisivo, si riferisce alla consistente presenza musicale in esso. Presenza che, tuttavia, in larga misura è "di servizio" alla programmazione: la musica, cioè, è un elemento di scrittura dei programmi (colonne sonore, sigle, *jingles*...). Molto minore è una presenza tematiz-

zata della musica - vale a dire come oggetto specifico di trasmissioni televisive: poche, infatti, sono quelle di rilievo (in Italia: il Festival di Sanremo, o programmi storici come *Canzonissima*). E' pur vero che l'incontro tra musica e televisione ha dato origine a un prodotto tipico e singolare, come il *videoclip*, nel quale è evidente un inscindibile legame tra il mezzo e l'evento espressivo; e, come è noto, il videoclip a sua volta è diventato il programma tipico e tipizzante delle emittenti che si sono specializzate nelle trasmissioni musicali (citiamo MTV per tutte).

Altro incontro fecondo di emergenze significative è quello tra la musica e il cinema, oggetto dell'intervento di Michelone. Il cinema non è mai stato "muto": sin dalle origini le proiezioni erano accompagnate con musiche eseguite dal vivo; tale associazione si affina nel tempo, al punto che vengono commissionate musiche espressamente per film. All'avvento del "sonoro" (1927) accade che il genere di successo, il primo grande genere dell'industria hollywoodiana, sia proprio il *musical*, il quale riesce a sottolineare la novità introdotta dal sonoro più dei film semplicemente "parlati". Tra l'altro, il musical promuove un uso diverso della macchina da presa che farà scuola. Da allora la storia del cinema annovera collaborazioni celebri di registi e musicisti: da quella fra Ejzenstejn e Prokofiev, a quelle più vicine a noi fra Fellini e Rota e fra Leone e Morricone; i film, frutto di tali collaborazioni, sono talmente segnati dalle rispettive colonne sonore che la memoria cinematografica difficilmente riuscirebbe a separare le varie parti. Nello scorso secolo un'altra tecnologia è intervenuta significativamente dentro la pratica musicale: ci riferiamo all'elettronica; benché non si tratti propriamente di un medium, essa di sicuro ha influenzato profondamente le possibilità del fare musica, schiudendo nuove prospettive e aprendo innumerevoli sperimentazioni. Ciò è stato focalizzato da Morisco e, soprattutto, da Ivan Lusco che nella sua pratica di composizione di colon-

ne sonore per film e pubblicità sperimenta come i due elementi (la produzione elettronica della musica e le immagini) procedano di pari passo: la musica dà il ritmo alla parte visiva e, d'altra parte, può coniugarsi efficacemente con il succedersi delle immagini in virtù della digitalizzazione (ovvero dell'elettronica applicata all'informazione).

Nel corso del ciclo si è inteso programmare un incontro più sbilanciato sul versante spettacolare: un concerto, preceduto da un'introduzione di carattere "didascalico", del Gruppo Terrae, formazione che svolge ricerca di carattere etnico nel campo della musica e delle arti dello spettacolo, con particolare riguardo all'area mediterranea. A questi artisti è stato chiesto di focalizzare il rapporto fra la musica e i media "poveri", ovvero gli strumenti tipici (in un'accezione larga del concetto di medium) della cultura popolare: percussioni, chitarra battente, nacchere... Anche in questo caso è stato evidenziato come la musica nasca in simbiosi con gli strumenti utilizzati per produrla.

In definitiva ci sembra che il tipo di tematica proposto confermi la prospettiva sistemica della *media education*, individuando nello specifico dell'esperienza musicale la componente mediale come parte non puramente strumentale, sussidiaria, ma organicamente partecipe dell'evento comunicativo.

Il sfida - Media education e animazione del territorio

C'è un altro aspetto "anomalo" da considerare di questa esperienza. Essa nasce dentro un contesto scolastico (presso l'Istituto "Margherita" sono presenti scuole dalla materna al liceo classico), ma se ne proietta al di fuori, come un'offerta di animazione rivolta al territorio. Per tale ragione è stato fondamentale avviare contatti con l'amministrazione comunale, alla quale è stato chiesto di sostenere economicamente l'operazione al fine di garantirne una fruibilità gratuita e aperta a tutti. Si comprende bene, allora, la complessità organizzativa a monte dell'iniziativa, che ha dovuto (e voluto) incrociare diversi livelli: il soggetto promotore (il "Centro MED", attore della *media education*) in coordinamento con un soggetto formativo (la "scuola Margherita") offre un servizio culturale al territorio e per questo si rivolge all'ente pubblico.

Crediamo sia importante riflettere su questo impianto: esso valida in qualche modo le prospettive altre, rispetto a quelle "tradizionali" legate al mondo dell'educazione, già in più occasioni suggerite per la *media education*¹. D'altra parte, la particolare natura di questa esperienza carica la media education di un'azione innovativa a livello di organizzazione culturale, almeno riguardo due contesti: principalmente il contesto scolastico ospite che, promuovendo il progetto, concretizza di fatto le aperture formative al territorio previste dal suo P.O.F. e raccomandate dalla normativa sull'autonomia scolastica. Ma anche l'ente pubblico, finanziatore del progetto, viene sensibilizzato a farsi carico di un tipo di proposta culturale decisamente nuovo e tuttavia, considerato l'oggetto (la musica), capace

di intercettare effettivamente un interesse da parte del territorio.

Naturalmente le difficoltà incontrate sono state molte. Tuttavia siamo convinti che questo sia un fronte interessante e una direzione praticabile, poiché la media education reca in sé l'attenzione verso le manifestazioni della cultura popolare che naturalmente la proietta verso un confronto con un pubblico/utenza ampio e generalizzato, cioè non necessariamente tipizzato per l'appartenenza a un determinato contesto (la scuola, l'associazione culturale, l'azienda, ecc.). E' una direzione, dunque, verso cui è opportuno guardare, per una effettiva affermazione della proposta culturale in cui crediamo.

1. Si veda: C. Ottaviano (a cura di), *Mediare i media*, F. Angeli, Milano 2001; P. C. Rivoltella, *Media education*, Carocci, Roma 2001.

Etica, comunicazione e media

continua da pag. 10

messaggi ed essere ascoltato" (ib., n.7). Internet potrà divenire uno straordinario mezzo di comunicazione e progresso umano. Se risponderà a criteri etici.

L'utopia della comunicazione

Il bene o il male che Internet e gli altri mezzi della comunicazione sociale apporteranno agli uomini del prossimo futuro, dipenderà dalle scelte che saranno fatte dall'uomo, dalla saggezza e dai principi etici che guideranno la sua storia.

La Chiesa cattolica crede di poter offrire in questo campo due contributi che ritiene molto importanti: il suo impegno a favore della dignità della persona umana e la sua lunga tradizione di saggezza morale (*Etica delle Comunicazioni sociali*, n.5).

Il principio etico fondamentale che essa propone anche per il campo delle comunicazioni sociali è il seguente: "la persona umana e la comunità umana sono il fine e la misura dell'uso dei mezzi della comunicazioni sociali" (ib. n.21). Il bene e la felicità dell'individuo sono una norma assoluta, ma collegati con il bene comune degli altri uomini e delle loro comunità. Il nuovo nome della carità cristiana è oggi quello della "solidarietà". Il papa la definisce come "la determinazione ferma e perseverante di impegnarsi per il

bene comune, ossia il bene di tutti e di ciascuno" (Giovanni Paolo II, *Sollicitudo rei socialis*, n. 38).

Il contributo che Internet può dare alla causa della giustizia e della pace è eccezionale. "Internet può contribuire che questa idea (creare un mondo nuovo governato da giustizia, pace e amore) diventi realtà tra le persone, i gruppi, le nazioni e per tutta la razza umana, se viene utilizzato alla luce di principi etici chiari e sani, in particolare della virtù della solidarietà. Ciò andrà a vantaggio di tutti perché lo sappiamo più di ieri, non saremo mai felici e in pace gli uni senza gli altri, e ancor meno gli uni contro gli altri" (ib., n.5).

Internet potrà divenire l'espressione di una nuova "spiritualità di comunione", che poi si traduce nella giustizia tra gli uomini e la pace tra i popoli. La Chiesa cattolica si sente chiamata ad annunciare questo "vangelo" della comunicazione planetaria. La vocazione profonda e propria dei media è quella di mettersi a servizio dell'uomo e della famiglia umana. Sarebbe riduttivo pensare i media solo in termini economici o ideologici, e non in senso antropologico pieno, orientandoli al bene della persona umana e della comunità, di ciascuno e di tutti. Questa è l'utopia della comunicazione sociale come è vista dalla Chiesa cattolica.

XVIII Congresso DGfE
Società tedesca di Scienze dell'educazione

Innovazione e Formazione

La Media Education a confronto con le innovazioni tecnologiche per la formazione

Tra il 25 e il 27 Marzo scorsi ho avuto l'opportunità di partecipare come rappresentante del MED al 18° Congresso della DGfE (Deutsche Gesellschaft für Erziehungswissenschaften - Società tedesca di scienze dell'educazione) grazie ai contatti del Presidente Roberto Gianatelli con Ben Bachmair, docente di Media Education all'Università di Kassel e neopresidente della Commissione Nazionale per la Medienpädagogik. Il MED è stata pressoché l'unica associazione internazionale ad essere rappresentata in Germania durante questo incontro e ciò grazie all'intuizione del nostro presidente di dare al MED la connotazione di una associazione aperta ai contesti europei e d'oltre oceano, alla continua ricerca di incontri e scambi fruttuosi con gli esperti di Media Education dei vari paesi.

I rappresentanti della ME tedesca stanno concentrando l'attenzione in particolar modo sulla tematica dei nuovi media soprattutto in relazione a due aspetti: la formazione degli insegnanti da una parte e i processi di innovazione nell'ambito della formazione e della didattica dall'altra.

Il potenziale innovativo delle nuove tecnologie per lo sviluppo della scuola è stato collegato al previsto pensionamento, e quindi alla nuova immissione in ruolo, di quasi un terzo totale degli insegnanti per il 2010. Ciò pone importanti compiti alla Media Education: per riuscire a affrontare la sfida e per cogliere le potenzialità delle nuove tecnologie, infatti, gli insegnanti hanno indispensabile bisogno di quella che in Germania viene chiamata '*competenza mediale*'.

Sigrid Blömecke si è concentrata su questa tematica e ha voluto mettere in chiaro la differenza sostanziale che esiste tra un concetto ampio di *competenza mediale* e quello più specifico di competenza pedagogico-mediale: la competenza mediale fa

riferimento al rapporto personale con i media e indica una qualificazione di base auspicata per tutti i cittadini che può riassumersi nella capacità di accedere ai media in modo adeguato e nel comprendere in questo rapporto gli ambiti dell'uso, dell'organizzazione e dell'analisi dei media; la *competenza pedagogico-mediale* si colloca in una prospettiva che, facendo riferimento alle dinamiche dell'insegnamento/apprendimento, si propone due obiettivi fondamentali: l'impiego ottimale dei media per la didattica e l'acquisizione della competenza mediale da parte degli studenti. Il dibattito su quali debbano essere le qualifiche specifiche degli insegnanti per guidare i ragazzi a un rapporto corretto, creativo e responsabile con i media e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione non ha ancora trovato risposte unanime. Fino ad ora la competenza pedagogico-mediale è stata acquisita dagli insegnanti solamente attraverso corsi di aggiornamento o proposte formative organizzate dai vari enti specialistici ma a lungo termine diventerà indispensabile pensare ad una formazione iniziale a tale tipo di competenza. Sarà solo in questo modo possibile, infatti, lasciare alla formazione in servizio il compito specifico di approfondire, aggiornare e arricchire le conoscenze di base già acquisite in questo ambito.

I principi di apertura (importanza di strutture dinamiche e flessibili), discorsività (importanza della parola e del confronto) e esperienza (importanza dell'azione e della scoperta) per l'organizzazione dell'apprendimento espressi da *Christina Schachtner*¹ sono assunti ormai come linee guida dai media educator tedeschi.

Claudia De Witt, che da tempo concentra i suoi studi sugli effetti dei nuovi media sui percorsi di formazione, propone di considerare con maggiore attenzione alcuni fraintendi-

menti del pensiero deweyano. La lettura parziale dell'impianto pedagogico dello studioso americano ha, infatti, posto l'accento sui concetti di attività centrata sullo studente e di azione creativa trascurando l'aspetto centrale del pensiero di Dewey che propone l'equilibrio tra teoria, pratica e metodo. La teoria dell'apprendimento di Dewey si fonda sull'idea di un processo formativo metodico, sul rigetto dei dualismi, spirito/corpo, soggetto/oggetto e sull'importanza dell'interattività tra questi aspetti dell'essere e dell'agire umano, sulle qualità del pensiero relazionale e sulla rinuncia a gerarchie e strumentalizzazioni per centrare l'attenzione su pensiero e azione in relazione all'esperienza. Proprio in conformità a questi principi la studiosa ricollega Dewey alle potenzialità dei nuovi media come ambienti per organizzare l'apprendimento e sviluppare i processi di formazioni attraverso la continua costruzione e ricostruzione dell'esperienza. Con la De Witt assistiamo dunque al tentativo, qui solo accennato, di sostanziare la tecnologia con un orientamento pedagogicamente fondato e di dare ragione al valore didattico/educativo degli ambienti virtuali, perché i percorsi di apprendimento siano sempre più continui (per formarsi) e sempre meno discontinui (per imparare).

Heinz Moser presenta alcuni aspetti problematici dell'apprendimento online. Rispetto dalle prospettive ottimistiche di Marc J. Rosenberg² e di altri esperti impegnati sul campo dell'e-learning i risultati di numerose interviste svolte con gli studenti universitari mostrano che l'apprendimento in rete non è soltanto una panacea: tra i vantaggi della rete, gli studenti riconoscono la possibilità di organizzare autonomamente il proprio tempo libero e quello di poter studiare determinando autonomamente i percorsi di apprendimento; eppure tra gli svantaggi riscontrano

le difficoltà di organizzare effettivamente il quotidiano e quindi di dividersi tra lavoro, studio e famiglia, tenendo alta la motivazione che rimane del tutto affidata alle proprie risorse personali. Le riflessioni ingenui degli studenti inducono Moser ad approfondire più sistematicamente i dilemmi dell'apprendimento in rete: da quello *didattico* (necessità di forte strutturazione dei contenuti al fine di garantire un corretto orientamento degli utenti); a quello *tecnologico* (competenze tecniche da parte degli users per accedere all'offerta formativa; problemi di scarico dei materiali e di accesso alla rete); a quello *metodologico* (perplexità circa gli sforzi necessari a mantenere alto il grado di coinvolgimento delle matricole e circa l'aumento degli impegni didattici per i docenti, che vanno dal tutoraggio, al feedback di rete, alla consulenza e controllo dei processi di apprendimento). A ciò si aggiungono poi i problemi di overloading delle proposte on-line, che può portare a un calo della motivazione ("Ancora un forum?") e ad un aumento dei tempi di apprendimento e di studio per via delle diverse possibilità di approfondimento personale e perché comunque non è possibile svolgere più percorsi contemporaneamente.

Sephen Aufenanger, che dal 2001 segue diversi progetti d'introduzione del laptop nella scuola, si allaccia alle riflessioni critiche espresse da Moser e avverte che spesso il nuovo strumento tecnologico non cambia il modo di fare lezione degli insegnanti: "se prima gli alunni aprivano il quaderno da sinistra verso destra, ora lo aprono dal basso verso l'alto" (aprendo il laptop). È un dato di fatto che i nuovi media in sé non cambiano la didattica tradizionale: dagli studi effettuati si dimostra, infatti, che i multimedia introducono nuove forme di apprendimento quando si accompagnano ai processi di sviluppo della scuola e di innovazione organizzativa. Sempre sul rapporto scuola-nuovi media, Sigrid Schulz Zander sta svolgendo una ricerca secondo la Grounded Theorie³ su come vengono impiegate le nuove tecnologie dagli insegnanti. Lo studio concentra l'attenzione sui tipi di media impiegati, sulla funzione che questi hanno nella lezione, sulla concezione dei media sottostante alla didattica, sulle caratteristiche della lezione mediale, sulla qualità dei compiti assegnati, sulla

modalità di porre domande e quindi sulle teorie soggettive sottostanti a tutta l'azione didattica con i nuovi media. L'ipotesi del lavoro è infatti quella di individuare una serie di categorie teorico-pratiche che, a partire dagli stessi usi, sviluppi riflessioni costruttive sui processi di insegnamento e apprendimento.

È sempre più caldeggiata l'ipotesi di impiegare sempre di più e sempre meglio piattaforme di apprendimento in cui possono svolgersi delle simulazioni. Un esempio spesso citato è stato quello delle *webquest*⁴ dove, come spiega Bernie Dodge "è prevista un'attività *inquiry oriented* nella quale alcune informazioni sono già presenti su una piattaforma interattiva nella quale gli studenti lavorano tra loro e con il docente alle tematiche facendo uso delle risorse di rete e di eventuali incontri in videoconferenza"⁵. Si privilegiano software predisposti per accogliere forum di discussione, per caricare facilmente materiali e per lavorare in rete al reperimento di informazioni e alla scrittura collaborativa e, infine, si pensa a integrarli con momenti di videoconferencing, qualora siano previste attività di cooperazione con altre scuole o enti. Le ragioni che avvalorano le potenzialità di piattaforme del genere per la didattica sono l'autenticità e la situatività dell'apprendimento, la molteplicità dei contesti e delle prospettive, la considerazione del contesto sociale e della dialogicità dell'apprendimento, la multimedialità e multimodalità dei sempre più complessi oggetti di apprendimento. Il processo di acquisizione delle conoscenze e delle competenze, inoltre, può avvenire rispetto a compiti concreti, si fonda sull'autocontrollo, l'autonomia e la verifica delle performance. Il carattere ludico dei percorsi, infine, garantisce una maggiore attrattività del mezzo e una più ottimale corrispondenza con i bisogni degli utenti.

Il gruppo di lavoro ha concentrato infine l'attenzione anche sui modelli di formazione universitaria degli insegnanti e ha ragionato sulle possibilità, i limiti e le condizioni che possono rendere possibile un'integrazione di qualificazioni di media education negli attuali curricula di formazione. Gerhard Tulodziecki ha presentato a questo proposito il modello "I nuovi media nella formazione iniziale degli insegnanti" sperimentato all'interno dell'iniziativa *BIG-Bildungswege in der*

*Informationsgesellschaft*⁶ presso l'università di Paderborn. Le attività di media education si concentrano soprattutto sui *computerbased media*, indagano i media in quanto fonti di informazione e di apprendimento, come strumenti per la didattica, come oggetti di analisi, come sostegno alla pianificazione, allo scambio e alla comunicazione. All'analisi di tali aspetti si aggiunge quindi la fondamentale riflessione sulle loro reali potenzialità e sui limiti ad essi insiti soffermando l'attenzione in particolare sulle questioni che riguardano l'impiego dei media e la formazione ai media nella scuola.

Gli studiosi tedeschi mettono a tema i nuovi media in modo tale da trovare un punto di incontro tra i due ambiti spesso contrapposti della didattica dei media e dell'educazione ai media e a tenere in considerazione entrambi in modo più evidente di quanto non fosse mai stato possibile rispetto ai media tradizionali (pensiamo per esempio all'uso pretestuale - didattico o sistematico-testuale del film a scuola).

Il fatto di sviluppare la riflessione sulle potenzialità didattiche dei nuovi media e di approfondire quindi l'indagine con le categorie classiche della ME in cui prevale l'aspetto critico-riflessivo nei confronti del medium in oggetto, sta permettendo al movimento generale europeo della ME di avere sempre più visibilità, non solo in ambito scientifico ma anche in ambito pubblico. Ciò consente di mettere a tema l'urgenza di una formazione istituzionale dei futuri insegnanti e anche delle altre figure che operano nel vasto ambito dell'educazione e della formazione, ma soprattutto ci dà la speranza di credere che si sta sviluppando una nuova cultura sui media, più consapevole, più attenta, più incisiva e capace di sviluppare aspetti ancora inesplorati del nostro essere e agire personale e sociale.

Beate Weyland

1. C. Schachtner, a cura di, *Technik und Subjektivität*. Frankfurt a./M. 1997
2. Marc J. Rosenberg, *E-Learning: Strategies to delivery knowledge in the digital age*, *The Knowledge Management Magazine SERIES* Book for decision makers, 2001.
3. <http://www.groundedtheory.com/>
4. <http://webquest.sdsu.edu/webquest.html>
5. http://edweb.sdsu.edu/courses/edtec596/about_webquests.html
6. BIG, Bildung in der InformationsGesellschaft (la formazione nella società dell'informazione). <http://www.big-internet.de/>

“Contrariamente a quanto alcuni futurologi, imbevuti di tecnologia digitale, vanno dicendo sulla sostituzione dell'insegnante da parte della macchina informatica, siamo convinti che la presenza e il compito dell'adulto-educatore (genitori e soprattutto insegnanti) in questa società profondamente mutata e *informata* dalle tecnologie comunicative siano più determinanti e indispensabili.” (p. 45)

Il testo di Cristiana Ottaviano fa incontrare la prospettiva sociologica con la prospettiva pedagogica, cioè l'*analisi pura* (di eventi socio-culturali) con una lettura che reca in sé istanze di carattere progettuale e trasformativo (della società e della cultura); e lo snodo è rappresentato proprio dalla proposta della *media education*. Il metodo seguito è quello di un'attenta ricognizione fra i più significativi contributi della riflessione sociologica (in particolare della sociologia dell'educazione), composti in una ricca e organica sintesi, ai quali la Ottaviano giustappone - quasi a mo' di contrappunto - i contributi del dibattito sulla *media education*. L'opera è arricchita da una ricerca empirica condotta intorno ad alcune esperienze di didattica multimediale, i cui risultati avvalorano le tesi generali.

Il lavoro prende le mosse dal tema della comunicazione come "mito" proprio della civiltà occidentale del XX secolo, proposto da Breton; mito che riflette un dato oggettivo: la crescita delle possibilità e delle modalità della comunicazione, rese possibili dalle innovazioni tecnologiche, ha un'evidente ricaduta nei vissuti personali e nelle pratiche sociali. Il discorso si focalizza, dunque, sul rapporto fra socializzazione ed educazione, uno degli oggetti principali della riflessione sociologica, per approdare alla categoria della *mediazione*, "intesa come guida alla scoperta e alla costruzione negoziata del sapere" (p. 44). È questo il punto centrale della riflessione proposta; è attraverso questa categoria che la Ottaviano compie il passaggio dalla prospettiva sociologica a quella pedagogica e introduce il tema della *media education*.

La mediazione è la funzione nuova a cui è chiamato il mondo dell'educazione nella società complessa (l'autrice compone fra l'altro un singolare quadro della terminologia utilizzata da vari studiosi per riferirsi a questo

Cristiana Ottaviano, **Media, scuola e società** Insegnare nell'età della comunicazione Carocci, Roma 2001

concetto, arrivando a registrare ben 13 termini diversi!). Si tratta di ripensare radicalmente i modelli e le pratiche educative, onde pervenire a un reale rinnovamento delle stesse. I media giocano un ruolo strategico dentro questo processo: essi rappresentano di fatto degli agenti di innovazione, a prescindere da qualunque disegno pedagogico entro cui li si voglia collocare. Ma la sfida - rivolta in particolare alla scuola e agli insegnanti - è proprio quella di arrivare a elaborare tale rinnovato disegno. Solo in questo modo l'educazione può esercitare un ruolo significativo nelle dinamiche che attraversano la società. Ciò, tuttavia, non significa opporre un contropotere a quello dei media (Ottaviano contesta la posizione di Postman, tra l'altro ormai data), bensì maturare una capacità di lettura della realtà, prendere atto del *media climate* e reimpostare le pratiche educative dentro questa tempe-

rie. Naturalmente si tratta di un'impresa faticosa e lenta a compiersi: lo dimostrano gli studi condotti sulla categoria degli insegnanti, dai quali continua a emergere, oltre a un generale disagio legato al proprio ruolo professionale e allo stato della scuola italiana, anche un certo imbarazzo, se non un ritardo (culturale) degli insegnanti stessi nei confronti delle tecnologie didattiche. Sopravvive un approccio puramente strumentale a queste; d'altro canto, pur riconoscendo i meriti del Programma di sviluppo delle Tecnologie Didattiche, promosso dal Ministero della P. I. nel triennio 1997-2000, si denuncia la sensazione che "nel nostro paese si stia rin-

correndo il cambiamento tecnologico [...] senza però essersi preventivamente occupati di verificare la preparazione di presidi e insegnanti all'impatto con tali strumenti e, soprattutto, senza aver operato una riflessione significativa sulla portata di queste innovazioni dal punto di vista dei processi di apprendimento e di insegnamento." (p. 148) (Vien da pensare con una certa preoccupazione a quella "I" di Internet, sbandierata insieme alle altre due come slogan - ahinoi! - della passata campagna elettorale...) Il lavoro della Ottaviano ha il merito di incardinare la *media education* al centro del processo di rinnovamento che necessariamente deve e dovrà investire il mondo della scuola; ed è questo un modo per ribadire l'importanza della funzione che la scuola e in generale l'educazione devono avere all'interno della società. Considerati i tempi, non ci sembra poco.

Lucio D'Abbicco

P.S.: abbiamo attraversato il testo con una curiosità non solo intellettuale, ma anche squisitamente emozionale ed *emozionata*, perché fra le pagine abbiamo riconosciuto riflessioni e focalizzazioni problematiche di cui con l'autrice abbiamo condiviso la genesi. Crediamo che anche questo sia segno della crescita della *media education*, del suo costituirsi come *corpus* autonomo di pratiche e di riflessioni: ciò si verifica allorquando tratti di percorsi personali - cioè tasselli di esistenza concreta - acquistano spessore e maturità tali da diventare contributi di pensiero offerti al dibattito scientifico.

Assemblea annuale SOCI MED

Roma
9-10 novembre 2002

L'Autore di questo quinto volume della prestigiosa collana "Vivere con i media" della Elledici, è molto noto ai radioascoltatori italiani. Lo sentiamo quasi ogni mattina come inviato speciale del GR, lo possiamo incontrare nelle aule accademiche dell'Università Salesiana di Roma ove tiene i corsi di giornalismo e di comunicazione pubblica, come pure nelle innumerevoli conferenze e incontri che tiene in diverse città italiane non solo in veste di docente o di inviato speciale della RAI ma anche come sostenitore convinto del MED, l'associazione italiana per l'educazione ai media e alla comunicazione.

In questo libro incontriamo Antonio Preziosi non solo come "narratore" della sua professione di giornalista, ma anche come "testimone" della missione profetica che il comunicatore dell'informazione ha nel grande "areopago" dei media e della comunicazione moderna.

Antonio Preziosi conduce il lettore di questo suo ultimo libro "come in un treno di cristallo" (l'immagine è sua!) attraverso gli sterminati territori dell'informazione, nei meandri dell'industria ove "si fabbricano le notizie", a contatto con i professionisti e le nuove tecnologie dell'informazione. Il libro lo si legge come fosse un romanzo d'avventura, eppure si avverte che qui è in gioco un aspetto fondamentale della moderna democrazia e della nostra competenza che ci fa cittadini del mondo oppure ci esclude.

Il libro di A.Preziosi ci appare già "un classico" dell'informazione, di come oggi si può fare cultura, tenendo alto il fascino letterario, la tensione etica, l'idealità comunicativa. Ed è questa esattamente la sfida che il movimento dei media educator italiani pone al nostro Paese.

"Questo lavoro si rivolge - scrive l'Autore - a tutti coloro che vogliono navigare in questo mare di notizie riducendo al minimo il rischio di perdere la rotta; a chi vuole guardare all'informazione giornalistica con occhio critico o - quanto meno - con maggiore disincanto; a chi voglia avvicinarsi alla professione giornalistica; a chi una volta veniva definito semplicemente "il lettore" e oggi biso-

Antonio Preziosi, L'informazione giornalistica nell'età tecnologica Editrice Elledici, Torino-Leumann 2002

gnerà ridefinire nella sua veste di "radio-tele-navigatore"; a quei colleghi giornalisti talmente indaffarati da non avere più il tempo di pensare alla nostra professione se non entro i limiti del nostro proverbiale narcisismo; a chi - per missione personale o professionale (genitori, docenti, educatori) - si avvicina ai giovani per avviarli alla comprensione e all'uso dei mezzi di comunicazione di massa" (pp.4-5).

Il viaggio, guidato da Antonio Preziosi, comincia dalla evoluzione del concetto di informazione giornalistica nel duemila, che attraversa le definizioni e i ruoli della notizia e del giornalista, per approdare alle notizie che ci giungono attraverso la carta stampata, la radiotelevisione e alla grande rete di Internet, e per concludere con un utilissimo glossa-

rio ragionato e la bibliografia e, soprattutto, con l'invito ad andare oltre. "Ho sempre ritenuto - scrive alla fine l'Autore - che la fatica di scrivere un saggio o un racconto fosse ripagata dalla capacità di provocare emozioni, curiosità, ricordi, voglia di approfondimento" (p.100). Questo auspicio lo pensiamo realizzato nel media educator ogni volta che questi si mette a ripercorrere la rotta tracciata da A.Preziosi accompagnato da un gruppo di ragazzi che si avventura nell'analisi critica della stampa e nelle attività di produzione del giornalismo in classe o presso la radio o televisione locale. Il volume di Antonio Preziosi sarà il vademecum per questi educatori ed adolescenti che iniziano l'esperienza di "professione giornalista".

Roberto Giannatelli

VIVERE CON I MEDIA

La collana VIVERE CON I MEDIA promossa dal MED diretta da Roberto Giannatelli e Gianna Cappello edita dalla Elledici di Torino-Leumann offre percorsi educativi per guidare i ragazzi e gli adolescenti alla scoperta del mondo della comunicazione e dei media e stabilire con essi un rapporto critico e costruttivo attraverso momenti di analisi ed esperienze di produzione.

Della collana sono usciti i volumi:

- Filippo Ceretti, *La comunicazione: dalla cultura orale alla cultura elettronica*
- Adriano Zancchi, *Convivere con la pubblicità*
- Carlo Tagliabue, *Cinema e vita quotidiana*
- Guido Michelone, *Musica e mondo giovanile*
- Antonio Preziosi, *L'informazione giornalistica nell'età tecnologica*
- Marta Perrotta, *La radio, voce del mondo* (in corso di stampa)

La collana "Vivere con i media" costituisce un punto di riferimento e uno strumento di lavoro per i soci del MED e per i media educator italiani. La si può facilmente reperire presso le Librerie Elledici e Paoline presenti in molte città italiane o scrivendo direttamente all'editrice: Elledici, 10096 Torino-Leumann. (ufficiostampa@elledici.org)