

Anno 7 • n. 2 • Settembre 2002

# MED media inter ED education

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

## La sostenibile leggerezza

di Roberto Farné

**F**orse è un luogo comune affermare che l'educazione esige continuità, pazienza, impegno, motivazione, ma è opportuno di tanto in tanto ricordarlo in tempi come questi, dove le proposte formative diventano merce che si vende sul mercato anche a caro prezzo, promettendo a chi la acquista di ottenere risultati eccellenti "presto e bene", due termini che si troverebbero così a poter "stare insieme", contrariamente al messaggio che quel vecchio proverbio ci insegnava.

La proposta formativa del MED, che si tiene puntualmente ogni anno nel mese di luglio a Corvara, intende precisamente affermare quell'istanza di continuità che rappresenta un fattore essenziale di ogni proposta didattica. Chi vi ha partecipato con continuità (relativa se non proprio assoluta) è in grado di dare una certa configurazione di senso a quella esperienza formativa che, anno dopo anno, gli ha permesso di conoscere punti di vista diversi sia italiani che stranieri, di partecipare a laboratori e seminari su vari argomenti nel campo della media education, prendendone visione di una molteplicità di esperienze che li sono state socializzate e discusse ecc.

E' come avere a disposizione tante "tessere", in base alla quantità e alla qualità della propria partecipazione, con cui ognuno può costruire un proprio percorso significativo, sulla base di scelte e di interessi soggettivi. Queste "tessere" non sono solamente rappresentative delle esperienze che anno per anno il programma di Corvara ha messo a disposizione dei corsisti, ma anche delle persone che ognuno ha avuto l'opportunità di incontrare e di conoscere. E' bene non dimenticare che quando si parla di formazione, l'esperienza non è mai qualcosa di oggettivabile o di definibile solo sulla base di parametri tecnici, ma è sempre, anche, esperienza di incontro personale, di scambio comunicativo fra soggetti, uno scambio che è formativo anche quando i soggetti scoprono di avere idee diverse l'uno dall'altro...

A creare queste opportunità formative concorrono almeno due importanti fattori che hanno sempre caratterizzato lo stage di Corvara. Il primo si riferisce al clima conviviale che crea le condizioni perché si

abbassi quella asimmetria fra docenti e discenti, e che caratterizza generalmente i rapporti educativi formali, determinando uno scambio e una disponibilità reciproca a porre domande, a cercare risposte, ad imparare. Dal mio punto di vista, il "guadagno formativo" che la settimana MED di Corvara riesce a produrre è in buona parte dovuta anche alle possibilità di scambi informali fra docenti e corsisti: i cosiddetti "tempi morti" sono in realtà, in quel contesto, tempi assolutamente vivi e produttivi.

Il secondo fattore è dato dal tentativo, generalmente riuscito, di tenere uniti tre elementi essenziali che compongono il quadro formativo dello stage: i contributi teorici e scientifici da parte delle scienze dell'educazione e della comunicazione, i laboratori nei quali ci si mette alla prova e si impara concretamente a operare con strumenti e tecniche della media education, lo scambio di esperienze che i corsisti insieme ai docenti hanno l'opportunità di fare, socializzando i prodotti e i progetti del loro lavoro sulla media education nella scuola o nell'extrascuola.

Va da sé che, senza la continuità dei corsi residenziali di Corvara, non ci sarebbe stato a Bellaria, nello scorso mese di aprile, *Mediatando*, la prima Convention nazionale sulla media education, dove, con la "Carta di Bellaria" si è inteso dare identità a una vasta rete di soggetti, di Enti e di scuole che in Italia lavorano da anni sulla media education. Si tratta ora di non disperdere ciò che si è raccolto a Bellaria: servono proposte in tal senso...

L'elogio della continuità che ho fin qui messo in evidenza a proposito degli appuntamenti annuali col MED a Corvara, ha senso però solo assumendo anche il valore della discontinuità che caratterizza inevitabilmente l'esperienza personale (terminata la settimana di Corvara, ognuno riprende la propria strada dentro e fuori la media education...) e, in particolare, il rapporto con la multiforme realtà dei media nella quale convivono omologazione e frammentazione, interessi e percorsi del tutto soggettivi in contesti di forte globalizzazione.

*continua a pag. 6*

## Storie di VIP e di monopolio

### Arcana imperii

Il millennio è trascorso e nessuno più se ne ricorda. Non ci ha portato alcuna novità. Neanche un miserabile millennium bug. Non la fine del mondo - che si avvicina ma non rispetta certe date emblematiche; non ci ha dato una fiorente *new economy* che anzi è morta sul nascere, rischiando di trascinarsi con sé la *old*. Intanto nel mondo della radio e della televisione siamo passati dal monopolio statale della prima repubblica al monopolio imprenditoriale della seconda. L'élite del potere di Gaetano Mosca si è ricompattata nel controllo del pubblico e del sociale e pertanto l'informazione è, deve essere solo celebrazione e non notizia. In particolare su vita e opere dell'élite (a parte quello che ci viene ammannito da PR e uffici-stampa). Le notizie vere o sono *scoop* di qualche isolata e marginale testata o vanno pazientemente ricostruite facendo il puzzle di quel poco che filtra.

### Sono VIP e me ne vanto

Cominciamo da quelle che Gianni Riotta chiama *vippate* o colpi da VIP. Luca Cordero di Montezemolo presidente della Ferrari dilaga sui media. Ma lo stesso Luca, in quanto presidente della FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali) non fa notizia quando dà un ceffone a una giornalista che lo pressava per avere una dichiarazione in un momento in cui aveva una fretta del diavolo (*scoop* di Radio Radicale il 13.9).

Una seconda *vippata*, ancora più clamorosa, passa ugualmente sotto silenzio, a parte una lettera di solidarietà sul Corriere della Sera. Ne è stato protagonista il presidente di Confindustria Antonio D'Amato. Sotto ferragosto dispone che Giancarlo Santalmassi venga esonerato su due piedi dalla conduzione di *Viva Voce* programma di commenti, interviste e corrispondenze di *Radio 24* (di proprietà della Confindustria). La colpa: non averlo difeso da un attacco del senatore Cossiga che in trasmissione aveva pronunciato il giudizio, peraltro assai banale, "D'Amato non è certo all'altezza dei suoi predecessori Carli e Pirelli".

### Chi tocca la TV esce dal giro e guadagna un sacco di soldi

Passiamo ora alla terza *vippata* di gran lunga più complessa, studiata e incisiva delle due precedenti.

Qualcuno pensa - siamo nel 2001 - di uscire dalla logica dei poli contrapposti e dalla diatriba del conflitto d'interessi, creando un terzo polo televisivo, in realtà secondo. Si compra un baraccone al 2,5-2,8% di audience, Telemontecarlo, con l'idea di portarlo di colpo al 7%. Il progetto è fattibile. Bastano nomi e programmi e, naturalmente, investimenti. Si adotta il logo "La 7", si scrittura un parterre di tutto rispetto: Lerner (direttore), Fazio, Ferrara, Littizzetto, Volo.

Il qualcuno che aveva osato l'operazione, imprenditorialmente sana e democraticamente provvidenziale, è Roberto Colaninno, imprenditore fuori dalla grandi famiglie ed espressione di un Nord-Est prolungato fino a Mantova. In realtà l'acquisto principale è stato Telecom Italia, ma una TV appariva indispensabile per non essere tagliato fuori dall'informazione e dalla visibilità.

Il pericolo è serio per il duopolio-monopolio e si corre ai ripari. Si trova un imprenditore molto liquido, al contrario di Colaninno e soci che si era indebitato in vista dei futuri e sicuri guadagni. E' Marco Tronchetti Provera che fa a Colaninno "un'offerta di quelle che non si possono rifiutare" per Telecom e La 7 insieme. Non viene rifiutata e La 7 scende all'1% e a questo valore viene congelata a tempo indeterminato.

### Come perdere audience ed essere felici

Il congelamento viene attuato in due mosse. Si riduce al minimo lo sport che era il maggior traino dell'audience (1,8% sul 2,8 totale). Si lascia però *Il Processo del Lunedì*. Biscardi è un'icona intoccabile. Si mandano film a tutto spiano che non possono fare differenza di ascolto. Si getta infine polvere negli occhi con un programma in prima serata (così non si dà fastidio a Costanzo che domina sulla seconda). Sull'onda dell'11 settembre lo si chiama *Diario di Guerra e Pace*. Il format è apparentemente pluralistico,

in realtà una piattaforma per Giuliano Ferrara. Il Nostro ha di fronte un Gad L senza discussione Lerner che è l'ombra di se stesso e quattro giornalisti accuratamente scelti. In un angolo, su un alto sgabello da bar, un conduttore-sveglia, Andrea Molino, con l'unico ruolo di "chiamare la pubblicità".

Succede che Lerner, di sinistra ma senza discussione pro-Sharon, viene letteralmente fatto a pezzi da Ferrara. Quello stesso Lerner che a Milano-Italia trattava i partecipanti come cavalli e scimmiette da circo. Il momento clou si ha quando Ferrara, infastidito da alcune frequenti obiezioni di Lerner e al fine non secondario di rimarcare che era lui il padrone del programma, gli dà della gallina. Il povero Gad ovviamente protesta e Ferrara precisa: "Sì, una gallina starnazzante. Stai lì a starnazzare e non mi fai parlare." In altri tempi ci sarebbe stato un duello. Lerner assume un'altrettanta drastica decisione: "Ah, sì? Allora lascio questo posto e mi vado a sedere tra i giornalisti!" Dieci minuti e ritorna a dialogare "con l'amico Giuliano, molto esuberante com'è noto." (in realtà gli fa da spalla).

### Chi comanda in questo posto?

Questa vicenda della 7 c'insegna qualcosa di fondamentale. Discutiamo abitualmente di palinsesti, programmi, contenuti, generi, format e stili. Meno di quella variabile strategica che è la proprietà dei media. Il suo pluralismo è il presupposto di una buona televisione.

Piero Trupia

**Rinnova  
la tua iscrizione  
al MED  
per il 2003**

Versando la quota sociale  
di 35 euro  
mediante CCP 54765003

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

## Media education

di Mario Morcellini

### 1. Premessa

Vi presento quattro prospettive di analisi, al di fuori di qualunque tentativo impaziente di sistematizzazione, anche se siamo forse vicini al momento in cui tutto ciò che facciamo meriterebbe di misurarsi con un modello interpretativo. E' forte, infatti, lo stimolo di cominciare a raccogliere le idee per un tentativo più profondo di interpretazione di ciò che facciamo. Tenendo, allora, ben presente questo compito di rendere visibile la spinta ad una contestualizzazione più radicale di ciò che diciamo, sostengo che spesso gli incontri e i seminari della MEDIA EDUCATION enfatizzano il fare: ma esso ha senso e cambia il mondo solo se è iscritto in un progetto di interpretazione, di pensiero, in un progetto di futuro.

Cercherò di individuare i sottotitoli dei quattro momenti che mi propongo di presentarvi.

Il primo riguarda il modo in cui sono entrato in contatto con la MEDIA EDUCATION; mi sembra un segnale interessante, perché il contatto di un ricercatore (sempre che il ricercatore abbia deciso di ricercare per cambiare) può portare con sé effetti virtuosi, moltiplicare gli effetti di cambiamento.

La seconda questione riguarda la storia del rapporto tra i media e la società italiana, nel tentativo di individuare le condizioni per cui la MEDIA EDUCATION può essere un elemento di accensione della nostra vita, può dare una scossa convinta, coerente e capace di durare. Stiamo tematizzando, pertanto, i nodi critici piuttosto che il rapporto tra media e società; mentre gli studiosi tendono a dare e a dire ricette divergenti, sulla questione della funzione dei media nella società italiana si registra una discreta unanimità guadagnata sul campo e sulle ricerche.

Il terzo passaggio riguarda gli anni '90. Si è trattato di un decennio straordinario, sia perché ha in qualche misura sfatato le contraddizioni e gli eccessi di centralità dell'immagine caratteristici degli anni '80, sia anche perché nello stesso periodo si sono radicati processi di riconfigurazione

dei rapporti tra i soggetti e la comunicazione; con ciò voglio intendere che è cambiato il mondo dei media e soprattutto è cambiato il modo in cui i soggetti hanno cominciato a misurarsi e quindi anche ad "addomesticare" la comunicazione.

Il quarto punto concerne i motivi per cui la MEDIA EDUCATION "conviene", non nel senso cinico e strumentale, ma poiché va a posizionarsi su passaggi, criticità ed emergenze della nostra capacità di conoscenza. Non mancano, infatti, punti drammatici del nostro sapere, che sono resi più drammatici per il fatto che noi non vediamo di non vederli; dunque non ci rendiamo minimamente conto delle criticità.

Infine mi soffermerò su una decina di items: proposizioni semplici, lineari, che costituiscono i motivi per i quali vedo un consistente pezzo di futuro e il consolidarsi di quel patto tra di noi, che si chiama MEDIA EDUCATION; fino ad oggi questo nome ha riassunto egregiamente le sensazioni, le passioni, gli elementi di stimolazione reciproca, che noi sinteticamente chiamiamo appunto MEDIA EDUCATION.

### 2. Motivi del contatto

Entro ora nel merito dei motivi per cui sono entrato in contatto con la MEDIA EDUCATION. Al di là di quella sorprendente componente della nostra vita che comunque è il caso (esso gioca un ruolo essenziale in tutti i momenti chiave del nostro percorso esistenziale e quindi anche negli spostamenti dei nostri interessi culturali).

Due dimensioni mi sembrano decisive per spiegare perché sono entrato in questo mondo: una dimensione di percezione e di sensibilità e le prospensioni iscritte nel mio curriculum. Intendo per percezione il gioco singolare delle affinità, delle sensibilità che ognuno di noi porta con sé e di cui è utile retrospettivamente fare una ricostruzione intelligente. I dispositivi con cui un essere umano dà importanza alle cose sono la "cessione di tempo" e la disponibilità del proprio cambiamento e queste sono le dimensioni con cui noi

mettiamo in gioco l'anima e la vita, intesa non come concatenazione di episodi ma come capacità di mettere in essa intenzionalità consapevole. Sulla MEDIA EDUCATION, appunto, è scattato un gioco di percezioni e di sensibilità, forse anche di ipersensibilità, che esalta il riconoscimento.

Resta da citare ora il curriculum. Ebbene, credo che insieme a tanti altri ho portato avanti un progetto di sollecitazione e di modernizzazione dell'università. Non mi sono fatto scappare nessuna occasione per spostare l'università da quella macchina grigia, un po' retrò che essa era fino agli anni '90 ad una che oggi è radicalmente diversa. In questa seconda dimensione del curriculum c'è una risposta: chi si schiera istintivamente con il cambiamento è più facilmente disponibile a cambiare vita, a mettere in questione le proprie certezze, pur sapendo quanto è faticoso e doloroso spostare i propri paradigmi e orizzonti di ricerca.

Riassumo tutto ciò con poche espressioni fondamentali: percezioni forti, curriculum compatibile, disponibilità al cambiamento. Infine, segnalo un altro motivo per cui mi sono occupato di questo mondo: in questo movimento non figura la promessa di presentarci come guida della società. Non vedo nella MEDIA EDUCATION l'opzione pericolosa di sentirsi quelli che hanno capito tutto e che perciò possono cambiare il mondo.

### 3. Nodi critici del rapporto tra media e società

Sono tre gli elementi su quali si fondano le criticità della relazione tra il sistema dei media e le dimensioni del sociale:

1. *L'eccesso di infiammazione televisiva.* Il nostro Paese è l'unico al mondo in cui la televisione ha giocato un ruolo assolutamente eccessivo; la colpa va attribuita agli altri media e agli stessi intellettuali che non sono riusciti a porsi come guida per l'industria culturale. La prima criticità che è stata foriera di drammatiche conseguenze è stata la capacità di assorbimento della televisione di

tutte le ansie di cambiamento e di gratificazione che in altri contesti umani e culturali sono invece diluiti, dispensati su una mappa di opportunità, di tecnologie, di linguaggi.

2. *Il resto del bancone dell'offerta mediale, comunicativa e culturale non è riuscito ad essere competitivo*; ciò significa che la televisione è stata in grado di puntare al cuore del pubblico mentre le altre dimensioni non hanno saputo trovare le strade per arrivare alla testa e al cuore dei suoi utenti, nonostante avessero tutte le carte in regola per essere competitive.

3. *L'incomunicabilità del modello formativo, del curriculum e del linguaggio della scuola e della formazione rispetto ai linguaggi parlati dagli utenti*. Sebbene sia evidente che il linguaggio, la professionalità e il posizionamento della scuola e della formazione siano ontologicamente diversi rispetto al linguaggio, all'intrattenimento dei media, tuttavia in Italia si è creato un muro. E', infatti, un dato esclusivamente italiano la capacità della televisione di dispensare ai suoi utenti la vita, i sogni, le rappresentazioni dei bisogni e la scarsa disponibilità del bancone dell'offerta formativa di rimettersi in discussione. In altri Paesi, invece, la scuola ha dato i suoi benefici alla società prima che arrivasse una diffusione forte delle tecnologie comunicative, cioè la scuola come scuola di massa si è sviluppata prima che si presentasse la tentazione della scorciatoia della televisione. Tutto questo non rinvia a deficit di capacità degli insegnanti, ma riguarda scenari storici diversi.

Nel tentativo di fissare degli slogan, si può affermare che la scuola non è stata in grado di svolgere il proprio compito e probabilmente non ha neanche provato a farlo.

#### 4. Dati sull'industria culturale degli anni '90

Anzitutto, i cambiamenti relativi alla centralità della televisione segnano una trasformazione radicale della nostra scena comunicativa e persino nella nostra storia culturale. Mai

come negli ultimi anni appare chiaro quanto la disinfiammazione da tv faccia finalmente emergere un tessuto di consumi culturali diversificati ed alternativi, prospettando una sostanziale europeizzazione degli stili comunicativi degli italiani. Il superamento della monocultura televisiva appare irreversibile perfino dalla meta degli anni Novanta, e quindi, ha anticipato quello che può essere chiamato l'exploit di Internet registratosi solo in anni più recenti.

In particolare, dal 1996 al 2000, il numero degli italiani che si espongono alla televisione scende in modo proporzionale ogni anno, dal 96,6 al 93,6%. Modificazioni di questo genere implicano processi radicali di spostamento verso un altro modo di gestire i consumi ed il rapporto con la tastiera della comunicazione. Il dato non attesta solo l'indebolimento quantitativo della televisione, percepibile più analiticamente da altri indicatori, ma si comincia profilare anche la nascita di un comportamento inedito, i cosiddetti post-televisivi, soggetti che rinunciano addirittura ad avere l'apparecchio - per molti versi un atteggiamento un po' snobistico - dandoci un indizio sulla declino della centralità del mezzo televisivo.

Quindi la televisione che per oltre trent'anni è stata l'elemento cardine dei consumi culturali e l'elemento di socializzazione culturale alla modernità degli italiani, cessa di monopolizzare il cuore e la testa degli italiani. All'indebolimento della televisione, paradossalmente, si accompagna qualche forma di declino degli altri media generalisti, cioè quelli che negli altri paesi funzionano da propulsori alla modernità (radio, editoria, quotidiani, settimanali, libri, periodici). Era plausibile, del resto, l'ipotesi che il disimpegno della televisione avrebbe portato con sé un reinvestimento sugli altri media generalisti. Ebbene, studiando i dati del periodo ci accorgiamo che tutto ciò non si è verificato. Moltissimi dati dimostrano che l'avvento alla modernità è stato anche un dispositivo con cui i soggetti sociali hanno preso le misure alla televisione, ma potremo affermare anche il contrario - la televisione che è riuscita a configurarsi sulle misure degli italiani - giocando una partita di personalizzazione dentro il labirinto dei generi: il gioco del telecomando, il palinse-

sto autocostruito, il menu dei consumi culturali.

Nell'ultimo quinquennio si registrano inoltre, in modo coerente in tutti i comparti, straordinari aumenti in tutti i consumi culturali di qualità, cioè sembrerebbe che i comportamenti comunicativi degli italiani sono caratterizzati da una più elevata quota di competenza all'uso: è come se gli italiani cominciassero a utilizzare i media in modo più competente e finalizzato. Il teatro, per esempio, passa dal 14 al 17%; il cinema, che in Italia è sempre stato caratteristicamente in crisi, dal 40 al 44%; musei e mostre, cioè modelli di consumi in Italia nettamente minoritari, manifestano significative percentuali di incremento (dal 22 al 28%). Persino i concerti di musica classica passano dal 7 all'8,5%. Finora abbiamo citato prevalentemente elementi di cultura d'élite, ma, se ci inoltriamo a citare fenomeni come la musica leggera, gli spettacoli sportivi e le discoteche, si ha la sensazione che i cambiamenti culturali ormai riguardano tutto ciò che è fuori dalla scena dei vecchi mezzi di comunicazione. Ad esempio, i concerti di musica leggera passano dal 14 al 18%, gli spettacoli sportivi dal 25,5 al 28%, le discoteche dal 24 al 26%. Emerge, dunque, che i tassi d'incremento sono discretamente omogenei sia nei consumi di qualità, sia in quelli di massa (lo sport, la discoteca, la musica leggera sono, infatti, segni di partecipazione di tutti allo scenario tecnologico disponibile, concreti forme di apertura della cultura accessibile e d'epoca). Un ultimo dato interessante riguarda la voce dei siti archeologici e dei monumenti, un settore che non potrebbe essere più d'élite, che passano dal 21 al 23%, attestando anche la volontà di consapevole partecipazione degli italiani alla propria tradizione. Ma l'elemento più interessante di questi dati è la coerenza del forte aumento, assai significativa proprio perché avviene nel mondo dei consumi culturali. In conclusione, dunque, l'andamento positivo della fruizione di teatri, spettacoli sportivi, discoteche, dimostra eloquentemente questo rinnovamento e cambiamento nello scenario dei consumi e del loro valore sociale e di scambio.

Si rileva ancora più sintomatico l'at-

tuale andamento dei "numeri" dei consumi culturali in un contesto che da oltre quarant'anni era caratterizzato da percentuali di stasi, spesso di decremento, raramente d'incremento. Quest'annotazione rafforza l'idea che il nostro Paese si avvia a diventare moderno nel momento in cui i comportamenti culturali iniziano ad avere, tutti, un segno omogeneo, in singolare coincidenza con le tendenze europee.

Questo scenario di dati abbastanza inedito, anche perché non abbiamo mai potuto contare su dati così coerenti tra loro, diventa interessante in due prospettive: quello della formazione e quello del comportamento dei minori in relazione ai media.

Sul primo punto, il fatto che i segni della cultura di massa stiano così penetrantemente modificandosi, affida alla scuola e alla formazione una scommessa straordinaria: mentre nelle culture del passato abbiamo dovuto ripetutamente contestare il fatto che la scuola erigeva una specie di barriera tra le cose che insegna e di cui è titolare - i saperi alfabetico-grafici - ed i saperi della comunicazione, dunque, il linguaggio e le tecnologie dei media, questo tipo di barriera, d'inconciliabilità di linguaggi e di cultura, di modelli culturali, sembra avviarsi al tramonto. Sta ai docenti la partita e la scommessa di ridimensionare questa specie d'incompatibilità, questo "apartheid" tra la cultura del tempo libero che è fuori dalla scuola e la cultura dell'impegno, della seriosità, dal libro e dagli alfabeti tradizionali che, invece, sembra essere la prerogativa della trasmissione culturale di tipo tradizionale.

In passato, i comportamenti culturali dei giovani non sembravano significativamente diversi da quelli degli altri individui, quindi la scuola non riusciva a forzare le abitudini dei suoi utenti, sebbene la sua funzione consista nella modificazione delle abitudini culturali e quindi nel superamento della ripetizione, della routine e della passività, favorendo l'esplorazione, la curiosità, la lettura del mondo. Dai dati di questi ultimi anni, ancora una volta con una certa coerenza, emerge che i giovani presentano un comportamento culturale ricco ed esplorativo almeno fino ai trenta anni: evidentemente la scuola riesce ora a produrre un effetto di

alone sui cambiamenti, non solo modificando i suoi utenti, ma tendendo a proteggere questo comportamento abbastanza durevolmente nel tempo. Tutto ciò significa che c'è una leva su cui si può fare affidamento in termini di nuova illuminazione dei consumi culturali.

## 5. Conclusioni

Chiudo discutendo ora dieci proposizioni, sul valore della MEDIA EDUCATION, ideate per esaltarne la convenienza e la gratificazione e per individuarla come un alleato prezioso e persino insostituibile.

Tutto ciò è reso più plausibile dalla presa d'atto che lo scenario socio-culturale si è aperto ed i comportamenti di scelta non sono più freddi ed immobili come nel passato. Emerge una diversa funzione della scuola e della sua forza di produttrice di cambiamenti.

Riscontro anche una rinnovata disponibilità alla cultura e alla comunicazione, un'esplorazione più flessibile dei contenuti che in passato si formattavano prevalentemente sull'evasione o sull'intrattenimento, visti come parcheggio di bisogni, piuttosto che come proiezione e costruzione di nuove aspettative.

Il contesto tratteggiato interpella precisamente la MEDIA EDUCATION, sempre che essa sia pronta a leggere questa sfida.

Riassumo ora i motivi analitici per cui la MEDIA EDUCATION può darci una marcia in più.

- 1) La MEDIA EDUCATION è centrale per noi in forza di come è nata. Si è trattato di una specie di movimento collettivo, non un'istituzione o una fedeltà ideologica. È nata con i segni dell'apertura e dell'interdisciplinarietà; anche se resta sempre il pericolo di ridimensionare la MEDIA EDUCATION ad una provincia delle scienze dell'educazione.
- 2) La MEDIA EDUCATION è importante per le parole che compongono questo singolare mix. Ebbene, media è importante per noi perché sappiamo quanto la comunicazione è l'elemento centrale della modernità e, dunque, la MEDIA EDUCATION è decisiva proprio perché agisce dentro il terreno della comunicazione, senza dividerne un giudizio di luttuosità e di maledizione, ma entrando nel merito della produ-

zione e dei contenuti. Ma anche la parola Education ha per noi particolari risonanze: interpella la nostra fede nel cambiamento, cioè il fatto che il cambiamento sia possibile. Offre all'educazione la possibilità di tornare al centro della scena.

Nel suo complesso, dunque, la MEDIA EDUCATION si alimenta della forza e del fervore dell'educazione.

- 3) È importante, tuttavia, l'addizione combinatoria dei due termini. Negli anni '90 i cambiamenti sono avvenuti soprattutto a matrice sociocentrica e cioè sono stati apportati dal mercato, dalle tecnologie e soprattutto dai soggetti sociali. La MEDIA EDUCATION è innovativa perché, mettendo insieme questi due sostantivi, intendo dire che la comunicazione è decisiva quando essa si applica a territori concreti e produttivi di realtà: linguaggi, contenuti, tecnologie. Il tutto in un'ottica interventista.
- 4) La MEDIA EDUCATION può contrastare le tentazioni striscianti di rottamazione della figura intellettuale. La realtà sociale degli anni '90 rappresenta un momento chiave in cui gli intellettuali hanno perso potere di intervento e di comunicazione. Si può immaginare di recuperare e ricostruire situazioni di mediazione, mettendoci in mezzo (questa è una frase chiave) tra noi e la realtà, tra i soggetti e il potere, tra i soggetti e le istituzioni.
- 5) La MEDIA EDUCATION attua una concreta azione di "riconciliazione". C'è una doppia modalità concreta con cui la parola riconciliazione ci può aiutare: la prima tra adulti e giovani. Occorre riconoscere che stiamo completamente perdendo le tracce dei comportamenti giovanili, come emerge prepotentemente dalle differenze di linguaggio. Ebbene, la MEDIA EDUCATION può agire soprattutto per la riconciliazione tra scuola e mondo esterno.
- 6) La MEDIA EDUCATION non è apocalittica, non fa alcuna concessione all'idea che basta "uscire dal mondo" per segnare il nostro disprezzo della modernità, che è una caratteristica tentazione degli intellettuali. Non essendo apocalittica, la MEDIA EDUCATION non

si rassegna ad ammettere solo la dimensione di crisi o almeno si propone di mettere questo elemento al centro della scena, non limitandosi a ripetere gratuitamente che la comunicazione e la televisione non sono di qualità, ma agendo concretamente per la loro modificazione.

- 7) Agisce sulle disuguaglianze culturali. Sebbene la modernità abbia regalato quote di equità, di democratizzazione, di avvicinamento al centro della società, rimane tuttavia una questione di uguaglianza di opportunità. Emergono diversi poteri di accesso alla tribuna delle tecnologie. La MEDIA EDUCATION può agire concretamente per l'equità, per la riduzione delle disuguaglianze, non pensando di liquidarle, ma modificandole gradualmente e profondamente.
- 8) La MEDIA EDUCATION è azione concreta. Come tutte le azioni, essa è rischiosa, si compromette con il fare. Proprio perché è rischiosa, è esemplare, nel senso che lo studio dell'azione e della sua efficacia può dirci e misurare i risultati dell'investimento. Ciò significa che non si costruiscono solo paradigmi e modelli interpretativi, ma modelli incorporati nell'azione, aperti alla certificazione e alla verifica.
- 9) La MEDIA EDUCATION aggredisce la prepotente tentazione della frammentazione e dell'individualismo. Fa uscire la scuola, la pratica educativa dalla stanchezza e dalla routine; ci libera dalla presunzione di essere l'unico luogo della formazione. Ciò consente di intendere l'educazione come interazione, non come interazione paritaria (come a volte vorrebbe l'arroganza degli utenti) ma come interazione guidata, un mix di interazione e autorevolezza guadagnata sul campo, non sulle garanzie e sui dislivelli di status.
- 10) Infine, ritengo che il potere più forte di "disposizione della vita", che riscontro nella MEDIA EDUCATION, consista nella sua capacità di darci nuove appartenenze. Abbiamo bisogno di appartenere a qualcosa e a qualcuno; nonostante l'idolatria nell'individualismo, esiste un vuoto nella nostra vita per cui ci sentiamo troppo

poco addomesticati ad una causa. O meglio, le cause per cui abbiamo combattuto hanno fatto emergere crepe, difficoltà di attualizzazione, di aggiornamento, di riconciliazione con i linguaggi della modernità. Ebbene, la MEDIA EDUCATION può dare un ventata di partecipazione, di superamento dei condizionamenti. Oltre alla logica di appartenenza, alla possibilità di trovare un altro codice di appartenere alle cose e di appartenere a noi stessi, il vero motivo per cui credo in

questa ventata che chiamo MEDIA EDUCATION è la voglia di cambiare il mondo, se possibile. Ma, se non sarà possibile, cambiare almeno noi stessi.

*\*Intervento del Prof. Mario Morcellini, Direttore del Dipartimento Sociologia e Comunicazione dell'Università La Sapienza di Roma, alla Summer School di Media education (Corvara, luglio 2002). Il testo è stato ripreso dalla registrazione audio e video e conserva la fluidità della conversazione.*

## La sostenibile leggerezza

*continua dalla prima*

E' qui che si pone il problema pedagogico della media education; per certi versi il nucleo problematico che, nello stesso tempo, ne giustifica e ne mette in crisi l'esistenza.

E così ci si trova periodicamente a fare i conti con le istanze che pongono al centro l'educazione alla lettura e alla critica di messaggi e media e quelle che sostengono il metodo attivo del fare e del costruire messaggi utilizzando tecnologie e media. Una doppia articolazione necessaria, la cui soluzione sulla base di una "terza via" si rivela spesso un mero esercizio retorico. Frequentando il MED ho imparato a conoscere nel confronto critico e nelle esperienze questi due orientamenti, e ho imparato che la scelta per uno di essi è pedagogicamente corretta (vorrei dire necessaria) non nella misura in cui delegittima l'altro, ma in quanto lo riconosce e ci si confronta sul piano della teoria e della pratica. Sarebbe assai poco interessante un MED che assumesse un orientamento unico, come una sorta di Verità, da diffondere per chi intende fare educazione ai media. Questo non perché tutto si debba assumere e giustificare: in campo pedagogico sarebbe non solo improduttivo, ma dannoso; ma perché le scelte (metodologiche, culturali...) che ognuno deve fare richiedono una consapevolezza critica che deve sempre essere aperta al confronto e non pregiudicata.

Certo, tutto questo fa apparire debole la nostra condizione di educatori, ci dà più dubbi che certezze, ci abitua a prendere dimestichezza con una dimensione pedagogica (ed esistenziale) della verità con la v minuscola, perché è un po' più relativa e un po' meno assoluta, e perché accetta di non essere unica ma compresente; ma è così che la sua ricerca diventa più autentica, anche se un po' più sofferta. Cosa c'entra tutto questo con il MED ( e con la Med)...? C'entra dal mio punto di vista, perché questa è stata anche la lezione che abbiamo ricevuto dal rapporto con i media, dal cinema e dai fumetti, dalla Tv e da internet, che hanno messo a disposizione della nostra sensibilità e della nostra intelligenza un mondo molteplice e contraddittorio, ricco di suggestioni e di trappole, di informazioni e di "verità" altre. Ma si tratta di una lezione implicita più che esplicita e che hanno colto soprattutto coloro che hanno avuto almeno un po' di educazione ai media. Basta questo a giustificare il lavoro del MED, e a progettare Corvara per il 2003.

*Roberto Farné*

## Modelli di Media education per la scuola in Germania

di Diether Spanhel

**I**l presente contributo vuole offrire una panoramica delle proposte di Media Education (ME) per la scuola sviluppate in Germania e si sofferma con maggiore attenzione sul modello trasversale di ME sperimentato in una scuola secondaria a Norimberga sotto la direzione del prof. Diether Spanhel.

Prima di presentare i singoli modelli di ME, è necessario definire quali compiti di ME intende assumersi oggi la scuola tedesca. Innanzitutto si deve partire dal fatto che i media hanno una fondamentale ambivalenza pedagogica: da una parte aprono a nuove opportunità di apprendimento e di sviluppo e, dall'altra, portano con sé pericoli e limitazioni per gli scolari. Sia i genitori che i figli giudicano positivamente il loro rapporto con i media, per cui risulterebbe troppo unilaterale e troppo poco promettente indicare tra gli obiettivi dell'educazione ai media la modifica del comportamento d'uso e di consumo. Per la scuola è molto più interessante prospettare che le conoscenze e le esperienze dei ragazzi con i media siano punti di partenza e di collegamento per le attività didattiche. Le competenze medialità d'ingresso degli scolari, infatti, possono essere impiegate nei modi più diversi per organizzare una lezione diversificata ed efficace, e in questo senso i compiti di una ME scolastica diventano l'occasione per una ridefinizione o, addirittura, per una ricostruzione dell'ambiente di apprendimento mediale nella scuola e in classe.

### 1. I compiti della scuola per la ME

Il primo ma anche difficile compito della ME scolastica consiste nella capacità degli insegnanti di farsi il più possibile un quadro preciso degli universi medialità e delle attività medialità dei loro scolari. Un compito non certo facile, se pensiamo che i ragazzi nel loro consumo non sottostanno quasi più al controllo degli adulti e che, conoscendo i pregiudizi degli insegnanti nei confronti dei mass media, avranno molte reticenze nel parlare e fornire informazioni

sul loro comportamento mediale. Gli insegnanti dovrebbero riuscire ad avere conoscenze precise e differenziate circa il comportamento e i gusti medialità degli scolari della loro classe, tenendo conto che vi sono differenze specifiche nel consumo dei media a seconda dell'età. Una conoscenza precisa della situazione, infatti, è il presupposto fondamentale per un'attività di ME orientata all'obiettivo e pone le basi per un uso e consumo dei media più consapevole da parte degli studenti (Spanhel 1999:47).

Se il personale insegnante si occupa prudentemente e senza pregiudizi dei mondi medialità degli scolari, si realizza forse un processo che rappresenterebbe poi il secondo compito della media education scolastica: un accompagnamento comprensivo dello studente nel suo impiego dei media. Tale atteggiamento apre al dialogo e stimola i giovani a raccontare della loro esperienza e scoperta dei media, delle loro attività coi media, delle loro preferenze e dei loro criteri di valutazione. Questo processo dialogico facilita la modificazione e la consapevolizzazione delle loro abitudini di consumo, dei loro modelli di azione e dei loro valori. Al compito di accompagnamento comprensivo si può anche affiancare un sostegno nell'elaborazione degli effetti medialità in ambito cognitivo, emotivo e morale (Tulodziecki 1997), trovando, tra l'altro, una serie di possibili collegamenti con tematiche concrete afferenti alle varie discipline di insegnamento.

Un altro compito molto arduo della media education a scuola consiste nella valutazione educativa sulle attività medialità accertate e sugli universi medialità dei ragazzi. Questo è il presupposto fondamentale per una pianificazione motivata degli interventi educativi. Le domande pedagogiche da porsi sull'attività con i media riguardano il collegamento con lo sviluppo cognitivo, sociale e morale dello scolaro, il contributo alla costruzione di una chiara immagine di sé e del mondo, l'aiuto a far fronte

ai problemi quotidiani e ai compiti di sviluppo, il sostegno alla maturazione di prospettive per il futuro e, infine, la promozione dell'integrazione del mondo degli adolescenti con quello degli adulti.

Il compito centrale dell'educazione ai media nella scuola potrebbe chiamarsi funzione di integrazione didattica. Si tratterebbe di un lavoro di elaborazione, di sistematizzazione e di collegamento dei contenuti di apprendimento scolastico con tutto ciò che gli studenti hanno trattenuto dal consumo di media in famiglia, in gruppo e nel tempo libero: dai frammenti di sapere, agli interessi, alle esperienze di apprendimento non strutturato, ai punti di vista, agli orientamenti di valore acquisiti.

Il collegamento con queste conoscenze e competenze pregresse motiva gli scolari alle attività didattiche perché fa leva sugli interessi e sulle domande che essi portano con sé. La possibilità di inserire gli interessi extrascolastici nelle attività didattiche consente anche di attivare processi di consolidamento dell'autostima e di scoprire il significato profondo dell'esperienza scolastica e delle sue proposte di apprendimento. I compiti che finora in senso stretto hanno connotato la ME sistematica e che sono stati generalmente tenuti presenti dalle scuole tedesche (Tulodziecki 1995, e 1997:142) sono i seguenti:

- scegliere e impiegare i media, comprese le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione, non solo per intrattenere ma come strumenti per lavorare, per imparare, per formarsi e per il miglioramento dei processi di insegnamento-apprendimento;
- fare analisi e critica dei media in riferimento ai contenuti, alle forme di rappresentazione e alle tecniche di montaggio, per conoscere i loro diversi linguaggi (ruolo centrale dell'insegnamento di lingua madre);
- promuovere un'attività pratica con i media (per esempio una produzione di video o di giochi al compu-

ter) e utilizzarli come mezzi per esprimersi e fare presentazioni in pubblico. Questa attività presuppone l'esercizio di competenze mediali e di tecniche di lavoro specifiche e ne incentiva un ulteriore sviluppo.

L'ultimo difficile compito per il raggiungimento degli obiettivi di ME consiste nel coinvolgere i genitori come partner del processo formativo. L'obiettivo sarebbe quello di proseguire l'educazione ai media degli scolari in ambito familiare e nel tempo libero attraverso un accompagnamento comprensivo del consumo da parte dei genitori e con forme di riflessione sui media anche in questo contesto.

Tuttavia, da una prima ricerca sui collegamenti tra situazione familiare, personalità dello scolaro, rendimento scolastico e rapporto con i media

(Bofinger 2001) risulta che gli insegnanti si trovano spesso di fronte a particolari gruppi problematici: proprio gli studenti che tendono verso un consumo intenso e problematico dei media appartengono in alta percentuale al gruppo degli "indisciplinati" e al gruppo di coloro che si trovano in una situazione sociale difficile e a basso rendimento. La maggior parte di essi, oltretutto, viene da famiglie problematiche, che manifestano poco interesse alla frequenza scolastica dei loro figli. Quindi proprio dove ci sarebbe maggior bisogno vi sono solo poche possibilità per una cooperazione con i genitori. La domanda che si pone è se non sia possibile trovare una via di contatto con queste famiglie proprio attraverso progetti di attività/produzione di media tramite i quali costruire un rapporto di fiducia tra scuola e ambiente familiare.

## 2. Modelli di ME scolastica

Poiché non esiste un insegnamento specifico di ME nella scuola, i compiti di educazione ai media possono essere assolti in vari modi: all'interno delle diverse materie, in unità didattiche, grazie a progetti interdisciplinari, o al di fuori delle attività curriculari nell'ambito della vita della scuola.

Se si prevede l'integrazione della ME nel curriculum si presentano generalmente due possibilità: partire dalle tematiche specifiche di ME, oppure partire dalle discipline curriculari.

Nel primo caso si tratta di una ME che sviluppa sistematicamente gli obiettivi e i contenuti distribuendoli nelle diverse annualità scolastiche e nelle diverse discipline. Nel secondo caso la ME diventa un compito di ciascuna disciplina, che indaga e sviluppa il proprio rapporto implicito con i media per individuare le tematiche educative da collegare al programma

COMPITI L A S S E	Riconoscimento ed elaborazione delle influenze mediali	Comprensione e valutazione dei messaggi mediali	Scelta e impiego delle offerte mediali	Produzione e distribuzione dei media	Analisi e influenza attiva dei media nel sociale
1/2	Analisi dei sentimenti influenzati dai media (progetto film dell'orrore)	Distinzione delle diverse modalità di rappresentazione (progetto favola)	Impiego dei media per l'intrattenimento (organizzazione del tempo libero)	Produzione di una documentazione fotografica (progetto traffico)	
3/4	Analisi delle rappresentazioni influenzate dai media (progetto polizia)	Distinzione tra intenzioni e categorie diverse (progetto città)	Impiego dei media per informarsi e apprendere		Analisi e critica di racconti con immagini (fumetti)
5/6		Distinzione tra diverse tecniche di rappresentazione (progetto pubblicità)	Impiego dei media per giocare (il conflitto nei giochi al computer)	Produzione di un programma radiofonico (la radio in classe)	Analisi e critica dei programmi di intrattenimento televisivo (serie della fascia tardo pomeridiana)
7/8	Analisi dei comportamenti influenzati dai media (il comportamento conflittuale)	Distinzione dei diversi modelli/generi rappresentativi (le variazioni nei media)		Produzione di un giornale con l'aiuto del computer (il giornale dei ragazzi)	Analisi e critica dell'offerta musicale (il videoclip)
9/10	Riconoscimento degli influssi sul quotidiano		Impiego dei media per la risoluzione dei problemi e per prendere decisioni (la simulazione al computer)	Produzione di un film (progetto video)	Analisi e critica di applicazioni al computer
11/12			Impiego di nuove modalità comunicative (progetto conferenza)	Produzione di un programma al computer (sviluppi per il futuro)	Analisi/critica di informazioni politiche (telegiornali e riviste)

Tabella 1: griglia delle tematiche di ME suddivisa per classi scolastiche secondo Tulodziecki 1995.

	Conoscenze di base	Competenze, abilità, atteggiamenti	Consapevolezza dei problemi
<b>Offerta trasversale</b>	1 Elementi della percezione Elementi di comunicazione Categorie testuali Categorie del segno Influenze, usi/ricerca sull'audience	2 Alfabetizzazione di secondo livello- Tecniche culturali Lettura e scrittura di testi mediali Riconoscimento di prodotti mediali	3 Il rapporto con la realtà La virtualità L'overload dell'offerta mediale La qualità La globalizzazione
<b>Informazione Comunicazione</b>	4 Fondamenti della comunicazione Agenda Setting Sistemi mediali, Regolamenti dei media Processi produttivi Interattività	5 Raccolta delle informazioni Scambio di informazioni (internet, newsgroups) Valutazione delle informazioni Critica dei media Selezione delle informazioni	6 Manipolazione Infotainment/Boulevard L'illusione dell'informazione L'abisso del sapere
<b>Formazione</b>	7 Teorie dell'apprendimento Media e democrazia/ elementi di educazione civica	8 Apprendere ad apprendere Apprendimento Online Valutazione delle informazioni Esperienze virtuali Progetto di vita Molteplicità dei ruoli Etica dei media Immagine di uomo Violenza	9 Edutainment Organizzazione del tempo libero Atomizzazione del sapere Banalizzazione, dati da scartare Stampa di attualità Pubblicità come spettacolo Concentrazione mediale mediocrazia
<b>Intrattenimento</b>	10 Elementi di Drammaturgia Luoghi testuali Generi/formati Proposte ludiche	11 Comprensione della dimensione estetica Riconoscimento dei valori	12 Sindrome di chi vede troppo e viaggia troppo in Internet Illusione formativa Conflitti di identità Escapismo Violenza/porno/protezione giovanile Dipendenza
<b>Pubblicità</b>	13 Meccanismi del mercato Elementi di retorica Strategie di influenza	14 Analisi dei messaggi e delle strategie pubblicitarie	15 Pubblicità occulta Pubblicità implicita dei media Autorappresentazione aggressiva dei media Merchandising, Commercializzazione

**Tabella 2: Griglia per un curriculum mediale (Doelker 2000:50)**

della disciplina. La maggior parte dei modelli di ME scolastica predilige di solito la prima possibilità.

### 2.1 Modello Tulodziecki

Il modello di educazione ai media più elaborato è il "programma essenziale di ME" di G.Tulodziecki (1995) che punta su cinque ambiti basilari:

- il riconoscimento e l'elaborazione delle influenze dei media;
- la comprensione e la valutazione dei messaggi dei media;
- la scelta e l'impiego ponderato delle offerte mediale;
- la produzione e diffusione autonoma dei media;
- l'analisi e l'influenza dei media in riferimento ai loro significati sociali.

Le attività di ME seguono l'approccio dell'orientamento all'azione, sono di carattere interdisciplinare e si realizzano su raggruppamenti di due annualità (prima seconda classe,

terza quarta classe, e così via). Esse si svolgono su progetto e prevedono l'impiego di 10/20 ore d'insegnamento. La tabella 1. mostra alcuni esempi di come si potrebbero realizzare progetti di ME nelle diverse classi di insegnamento. Le unità didattiche e i progetti vengono citati integralmente e sono corredati con suggerimenti concreti per la realizzazione in classe (Tulodziecki 1995:39-229).

### 2.2 Modello Doelker

Un altro modello elaborato nei dettagli è quello di C. Doelker (1994) che segue un approccio integrativo di ME. La studiosa propone di tenere presenti e integrare i media nel programma scolastico a partire da una concezione ampliata del termine di testo. Più semplicemente per la Doelker anche le fiction audiovisive sono da considerarsi come testi e le

tecniche culturali della lettura e della scrittura possono essere arricchite e ampliate con il concetto di "computer literacy" e di "tecnica culturale della televisione"(Doelker 1991), intendendo con il concetto di cultura anche le produzioni mediali fino ai video artistici e ai computer d'arte.

Nel suo "manuale di ME" (1994) la Doelker rimanda a una serie di suggerimenti mediali e didattici da lei stessa sviluppati, ordinati sistematicamente secondo modalità di rappresentazione di carattere informativo o di fiction in singole unità didattiche o in progetti più ampi. Le varie tematiche vengono ordinate secondo tre raggruppamenti di classi scolastiche (dalla prima alla terza classe, dalla quarta alla sesta, la nostra prima media, dalla settima alla decima, la nostra seconda e terza media e il primo anno delle superiori) e vengono assegnate a precisi ambiti di insegnamento.

Per quanto riguarda i temi di informazione, per esempio, si propongono le seguenti unità: percepire e comunicare; la realtà nei media; il telegiornale; la pubblicità. Nell'ambito della rappresentazione di fiction si propone l'analisi di: fumetti, serie televisive, film polizieschi e western, letteratura e film d'autore. Possiamo notare che in questo modello si presenta una ME relativamente aperta ma con contenuti molto circoscritti per quanto riguarda i media e le rappresentazioni mediatiche.

Negli ultimi anni la Doelker ha sistematizzato e precisato ulteriormente il suo modello. L'obiettivo del curriculum che ha sviluppato è una formazione ai media nella quale l'aspetto mediale e quello educativo sono rappresentati entrambi equamente. Per questo ha concepito una griglia che pur lasciando aperti gli spazi per una definizione puntuale dei contenuti in ciascuna classe scolastica, cerca di offrire orientamenti puntuali agli insegnanti (tabella 2).

### 2.3 Modello Wermke

Questo modello segue la seconda via della ME: invece che partire dalle tematiche riguardanti i media, infatti, propone di partire dalle discipline scolastiche.

J. Wermke (1997) ha svolto un'indagine approfondita sull'integrazione della ME nei programmi scolastici e ha descritto sistematicamente la possibilità di fare ME prendendo come esempio l'insegnamento di lingua (in questo caso: tedesco). Secondo la studiosa esistono precise "interfacce per l'integrazione dei media nelle discipline" (Wermke 1997:31) che non si legano a singole tematiche o a medium specifici ma sono orientate a domande chiave, con l'aiuto delle quali si scopre il rapporto fondamentale di una materia di insegnamento con i media.

La Wermke collega quattro domande chiave alle categorie fondamentali della didattica, nelle quali emergono chiaramente le relazioni specifiche tra la materia e il medium (Wermke 1997:28):

- **Obiettivo** (senso della disciplina/ri-  
flessione): "quali conseguenze ha lo sviluppo dei media per il significato della disciplina? Come si collega la disciplina allo sviluppo dei media?"
- **Testi e materiali** (intertestualità):

"quanto sono presenti gli oggetti tradizionali della disciplina nei media? Che tipo di cambiamenti portano i media rispetto agli oggetti e contenuti tradizionali della disciplina?"

- **Metodi** (obiettivi/mezzi-ambivalenza): "Come si può impiegare al meglio la doppia funzione dei media, che possono essere sia oggetto sia strumento della lezione?"
- **Compiti** (disposizione dei compiti): "Quali compiti disciplinari possono essere, non essere, o addirittura essere meglio rapportati ad esempi che provengono dai media?"

Queste domande chiave non riguardano le singole unità didattiche ma le discipline e soprattutto la didattica di queste discipline.

Il modello della Wermke si specifica ulteriormente facendo esempi per quanto riguarda l'insegnamento di lingua sulla base di tre dimensioni di contenuto:

- **La letteratura per bambini e adolescenti nei media:** attività sull'estetica attraverso il rapporto tra i media, sia esso il libro o il computer.
- **Educazione alla lettura:** analisi degli stimoli alla lettura nell'uso quotidiano dei media da parte dei ragazzi e presentazione di proposte di educazione alla lettura in relazione alle esperienze mediatiche dei ragazzi.
- **Educazione all'ascolto:** riscoperta dell'acusticità e delle specifiche modalità di percepire la realtà.

### 2.4 Critica ai tre modelli

Questi modelli di integrazione curricolare della ME offrono da una parte una serie di proposte e di consigli pratici, dall'altra però sembrano limitati e mostrano anche aspetti di parzialità. Sono stati infatti sperimentati una serie di unità didattiche ma non è ancora stato realizzato e valutato un modello nella sua completezza. Le tematiche elaborate nei curricoli sistematici di ME spesso riescono ad essere inserite con grande difficoltà nei programmi delle singole discipline e vengono considerate dagli insegnanti come materiale aggiuntivo, al quale, non sapendo come collocarlo nel calendario delle attività, rinunciano per problemi di tempo. Spesso in questi modelli vengono proposti pro-

getti trasversali impegnativi (10 - 20 ore di lezione) che però per motivi organizzativi si possono realizzare solo con grande fatica e impegno. A ciò si lega poi il pericolo che la ME venga tematizzata solo occasionalmente (una volta all'anno, in una settimana dedicata a un progetto) e che quindi non possa raggiungere i suoi obiettivi.

Se si guarda al modello più attuale di J. Wermke, anche qui vi è un altro pericolo: esso consiste nella possibilità di realizzare una vasta serie di tematiche di ME ma allo stesso tempo da tutto ciò può rimanere escluso lo sviluppo sistematico dell'aspirata competenza mediale degli scolari. Il presupposto perché ciò possa realizzarsi rimane sempre l'ipotesi di un collegamento stretto e vincolante delle tematiche di ME con i programmi di insegnamento nelle singole discipline sulla base di una cooperazione tra didattica delle discipline e ME.

### 3. Un modello integrativo di ME per la scuola

La sperimentazione del modello di ME integrativa per la Hauptschule (dalla 5<sup>a</sup> alla 9<sup>a</sup> classe, scuola secondaria di base) in Baviera ha visto collaborare insieme l'intero collegio docenti allo sviluppo, alla realizzazione e alla valutazione di un approccio che prevedeva una generale integrazione della ME nei curricoli scolastici. La sperimentazione ha avuto una durata di quattro anni (dal 1994 al 1998) ed ha condotto al riconoscimento di un bisogno generalizzato di aggiornamento in ambito didattico-educativo, e ha scoperto i profondi risvolti positivi dell'integrazione della ME nella didattica delle discipline sull'intera organizzazione della scuola (Spanhel 1999: 209).

#### 3.1 Caratteri della ME integrativa

L'attività del modello di sperimentazione della ME integrativa si è connotata per i seguenti caratteri:

Integrazione delle esperienze mediatiche extrascolastiche e delle competenze mediatiche d'ingresso degli scolari nelle attività disciplinari. Ciò comporta l'assunzione di due compiti da parte del corpo insegnante: cercare di far emergere le domande, i frammenti di sapere, le capacità, gli interessi e gli orientamenti di valore che derivano

dal consumo mediale degli studenti e rendere questi elementi fruttuosi abbastanza da essere inseriti nelle strutture disciplinari. A loro è, inoltre, affidato il compito di individuare i conflitti psicologici e le difficoltà comportamentali e di apprendimento che possono essere causate dai media e di aiutare gli scolari a superarle.

Integrazione di tutti i media nella didattica senza pregiudizi di ordine pedagogico. Il libro non è per forza pedagogicamente più valido di un filmato video o di un gioco al computer: dipende sempre dal contenuto e dalle finalità che devono essere perseguite con l'introduzione del medium specifico. A questo aspetto si collega anche l'integrazione della ME con una formazione di base di tipo tecnico-informativo.

Il progredire della digitalizzazione e degli sviluppi tecnologici ha reso inutile questa separazione. Gli studenti devono confrontarsi criticamente a lezione con tutti i media, imparare a comprenderne il linguaggio specifico ed acquisire modalità alternative di impiego.

"Media literacy" fondata sull'ampliamento del concetto di testo - L'insegnamento di lingua come punto di riferimento. Se in ambito mediale si parla di un concetto ampio di 'testo così' come lo propone la Doelker (1994) - e non intendendo con ciò solo testi stampati o scritti, ma tutte le forme complesse di rappresentazione simbolica - si potrebbe pensare che l'insegnamento di lingua costituisca un'importante punto di riferimento per la ME trasversale. L'idea fondamentale potrebbe essere quella di una 'media literacy', nella quale fondere la didattica dei media, ovvero l'uso dei media per migliorare i processi di apprendimento, con l'educazione ai media, mettendo a tema i media come oggetti d'insegnamento in vista di un loro uso critico, riflessivo e responsabile.

Uso scorrevole dei media in funzione dei compiti di insegnamento e di apprendimento nonché delle problematiche educative o sociali in riferimento alle diverse possibilità ed alle diverse forze. Come nella vita quotidiana, i media (ed in particolare le nuove tecnologie) dovrebbero venire impiegati in maniera naturale come strumenti di rappresentazione, di

espressione, di informazione, di apprendimento, di lavoro e di comunicazione sia per gli studenti che per gli insegnanti.

Integrazione della ME nel complesso della vita scolastica. Le tematiche dei media rappresentano un importante aspetto della problematica educativa e possono, per esempio, costituire un importante aspetto dell'educazione la tempo libero. Come tale, la ME integrata può rendere più vivaci e stimolanti l'educazione artistica, l'educazione musicale, l'educazione tecnica e l'attività sportiva sviluppando, mediante l'uso creativo dei più diversi media (es.: materiali, forme, oggetti, strumenti, suoni), una diversificazione degli interessi ed esercitando diverse modalità espressive, organizzative, ludiche e produttive. In tal modo, l'importanza dei media elettronici nella vita quotidiana può venire relativizzata dando un maggiore spazio all'educazione sociale e morale.

Coinvolgimento di tutti gli insegnanti e di tutte le discipline. La ME trasversale non costituisce un compito specialistico di questo o quell'insegnante ma rientra nelle responsabilità collegiali di tutti gli insegnanti. Pertanto, non va limitata a singoli contenuti o discipline (es.: italiano, educazione civica) ma riguarda progetti trasversali, iniziative di vita scolastica, attività di cooperazione con le famiglie ed agenzie educative extrascolastiche (es.: uffici giovani, servizi sociali, strutture per il tempo libero, emittenti locali).

### 3.2 *Pensieri guida*

Il modello di ME sperimentato a Norimberga mostra che la realizzazione pratica dei progetti dovrebbe essere collegata ad un processo di sviluppo della scuola (Dichanz, 1998). L'integrazione della ME in tale sviluppo si ispira alle seguenti impostazioni guida:

- *Idea di scuola*: la realizzazione concreta della ME potrebbe poggiarsi su una concezione della scuola contraddistinta da un orientamento al progetto, dalla polivalenza didattica, dall'insegnamento aperto, dalla acquisizione di competenze chiave e dalla formazione di una personalità strutturata. Una valida ME trasversale si fonda sulla visione della scuola non solo come importante luogo di apprendimen-

to ma anche come luogo di vita, di esperienza e di crescita.

- *Idea dei media*: in ogni classe scolastica si dovrebbe mettere a tema soltanto un medium, perché in questo modo gli studenti ricevono durante i loro studi un'introduzione sistematica ai modelli di azione ed alle competenze relative ad uno specifico medium; inoltre, anche gli insegnanti possono concentrarsi meglio su questo medium diventandone competenti, col notevole vantaggio di rendere meno gravoso il carico delle conoscenze loro richieste e più efficace la formazione ai media. Indipendentemente da questo, in tutte le classi si deve promuovere la competenza linguistico-espressiva e l'impiego del computer come strumento.
- *Curricolo trasversale di ME*: gli insegnanti possiedono una formazione specifica nella loro disciplina. e, quindi, devono associare lo specifico medium e gli obiettivi di ME che vi si connettono ai compiti e agli obiettivi del programma. La sperimentazione e la definizione di tali collegamenti ha portato il modello di Norimberga ad elaborare un curricolo trasversale di ME per la scuola secondaria.
- *Idea di un laboratorio dei media*: l'attività con i media necessita di molto impegno preparatorio e organizzativo. Per questo di essere sostenuta attraverso uno specifico laboratorio mediale dove poter elaborare strategie organizzative per tutte le classi e per l'intera scuola. Esso inoltre dovrebbe servire agli insegnanti e agli studenti come laboratorio di apprendimento e come centro di comunicazione.
- *Flessibilità nell'organizzazione delle lezioni*: l'attività con i media necessita di tempo, di modalità di lavoro e di socializzazione flessibili e di cambiamenti nel modo di fare lezione. Si dovrebbe dunque prevedere nel piano orario un raddoppiamento delle ore, quando si tratta delle discipline di riferimento più importanti. Le giornate o le settimane dedicate ai progetti più ampi di ME offrono la possibilità di sperimentare a scuola modelli di organizzazione didattica più aperti e le modalità di insegnamento flessibile tali da consentire agli studenti di portare in classe la competenza mediale acquisita nel tempo libero.

- **Cooperazione:** il carico di lavoro aggiuntivo che l'introduzione dei media pone alla didattica può essere sostenuto solamente attraverso un lavoro in team riferito ai media che diverranno oggetto delle singole classi. Un team di lavoro dovrebbe concentrarsi su ogni classe per almeno due anni e pianificare l'attività mediale e i progetti ad essa collegati scambiandosi materiali ed esperienze. Solo in questo modo riescono a realizzarsi progetti trasversali di ME a lungo termine. Inoltre le giornate e la settimana dedicata ai progetti, se condotte regolarmente durante l'anno scolastico, migliorano la disponibilità e la capacità cooperativa e consentono di scoprirne gli effetti positivi.
- **Collegamento in rete:** con ciò non si intende solamente il collegamento tecnico a Internet ma un collegamento sociale della scuola con altre istituzioni. I media producono e necessitano del concetto di 'pubblico' proprio in quanto strumenti di comunicazione. I contatti con i partner extrascolastici, come per esempio le emittenti televisive, i giornali, le accademie, le biblioteche, i centri giovani, gli uffici giovani e gli uffici del lavoro non producono solo sistemi di sostegno alla ME scolastica ma le forniscono anche un carattere di serietà e di collegamento alla realtà.
- **Sviluppo della scuola:** l'impegno allargato di un collegio docenti per la ME nel quadro di un processo di sviluppo della scuola può stimolare la disponibilità collaborativa, le

esperienze positive degli studenti e degli insegnanti e l'efficacia delle attività di ME.

### 3.3 La struttura del modello trasversale di ME e la sua realizzazione

La sperimentazione del modello trasversale di ME a Norimberga ha condotto allo sviluppo di un curriculum di ME che si è inserito molto bene nei nuovi programmi della scuola secondaria in Baviera (Spanhel 1998b). Questo curriculum sarebbe anche facilmente adottabile da altre scuole oppure potrebbe essere un esempio sul quale modellare un curriculum ad hoc per le esigenze specifiche di particolari istituti.

Il curriculum trasversale offre punti fermi circa la possibilità di collegare le tematiche di ME a quelle didattiche e agli obiettivi cognitivi dei diversi ambiti disciplinari. Naturalmente la ME costituisce sempre solo un aspetto dell'insieme dei compiti didattici ed educativi della scuola.

Nella sua organizzazione verticale esso si basa sul concetto di medium guida (Spanhel 1998b:19) secondo il quale viene messo un unico medium al centro delle attività di ME per ogni classe scolastica, senza tuttavia escludere la possibilità di utilizzare gli altri media. Questo approccio ha due vantaggi: gli insegnanti si possono concentrare su un singolo medium durante l'anno scolastico e gli studenti hanno la possibilità di sviluppare sistematicamente, lungo tutto il percorso scolastico, una competenza mediale su tutte le tipologie di media.

La messa a tema dei medium guida nella scuola secondaria è avvenuta secondo la seguente successione:

Classe 5<sup>a</sup>: immagini (fotografie, diapositive, disegni, fumetti, grafici)

Classe 6<sup>a</sup>: media audiovisivi (film, video, televisione)

Classe 7<sup>a</sup>: media radiofonici (radio, cassette, CD)

Classe 8<sup>a</sup>: stampa (giornali e riviste)

Classe 9<sup>a</sup>: multimedia (CD-ROM, Internet, Email)

Le esperienze desunte dalla sperimentazione mostrano che l'attività con questi medium guida deve essere necessariamente completata con due ulteriori obiettivi: la promozione in ciascuna classe della capacità di espressione linguistica e di lettura che sono a fondamento di qualunque attività con i media; l'impiego del computer come strumento di lavoro e di apprendimento, per cui risulta imprescindibile la presenza di almeno 2-3 computer in classe a disposizione degli studenti.

La struttura orizzontale del curriculum si basa sulle diverse modalità di integrare la ME e le nuove tecnologie nella didattica e nella quotidianità scolastica. È possibile indicare, in particolare, tre modalità di integrazione dei media sul piano didattico:

- collegamento stretto degli obiettivi disciplinari con quelli di ME nelle singole materie (per es. nell'insegnamento di lingua il linguaggio dei fumetti, il linguaggio della pubblicità; nell'insegnamento di educazione civica: analisi di video violenti e lo sviluppo di strategie non violente di risoluzione dei conflitti)
- momenti specifici per la tematizzazione di argomenti di ME nelle singole discipline (per es. analisi e confronto di diverse offerte medialie in storia dell'arte)
- unità didattiche interdisciplinari (per es. produzione di un programma radiofonico su una tematica storica con la collaborazione delle materie di storia, di lingua e di musica).

Sul piano organizzativo, invece, è possibile adottare le seguenti forme di integrazione dei media nella scuola:

- costituzione di gruppi di lavoro concentrati su specifici media (fotografia, radio, informatica)
- promozione di iniziative per la presentazione delle singole classi, redazione del giornalino della

## La Summer School di Corvara 2003

Si terrà dal 9 al 17 luglio, con riferimento all'Hotel Italia (tel. 0471/836082; 836182. Fax: 836575). Il tema di Corvara 2003 sarà: La ricerca nella media education e per la media education. Inoltre: Esercitazioni di laboratorio di ME. Per la parte teorica ci sarà un confronto tra Università: Milano (Scurati e Rivoltella), Bologna (Bertolini e Farnè), Roma (Morcellini), Perugia (Rosati e Falcinelli), Napoli e Salerno (Piromallo), Palermo (Martelli e Cappello). I laboratori (ogni corsista ne potrà scegliere due) avranno come attività di ME: la produzione video, produzione radiofonica, giornalismo, fotografia, nuove tecnologie, burattini (altre attività saranno scelte in base alle richieste e al numero dei corsisti).

Anche per Corvara 2003 sarà necessario ottenere le adesioni con molto anticipo (già nel mese di febbraio o marzo) in modo che si possano ottenere le camere negli alberghi, organizzare con anticipo le attività di laboratorio e impegnare gli animatori.

Riferimento: giannatelli@ups.urbe.it

- scuola, feste, contatti con i genitori
- attività della scuola verso l'esterno (contatti con altre classi e scuole via Email, cooperazione con gli enti locali tra cui biblioteche, giornali, emittenti locali).

Per garantire l'efficacia delle attività trasversali di ME è particolarmente importante fare in modo che gli studenti siano introdotti in modo continuativo alle specifiche tecniche di lavoro con i media (analisi e produzione).

Il curriculum di ME dovrebbe essere d'aiuto agli insegnanti nella preparazione delle lezioni e nella pianificazione delle attività. Essi dovrebbero inserire i progetti all'inizio dell'anno nel programma e lo possono fare grazie al modello predisposto che prevede la descrizione per iscritto degli obiettivi su quattro colonne: la colonna degli obiettivi specifici della disciplina, la colonna degli obiettivi di ME, la colonna delle proposte per lo sviluppo delle unità didattiche e la colonna dei suggerimenti per le attività extracurricolari nella scuola e fuori dalla scuola. In questo modo è possibile garantire che la ME e l'impiego delle nuove tecnologie facciano parte in modo continuativo delle attività didattiche durante tutto l'anno scolastico.

### 3.4 Efficacia del modello trasversale di ME

La maggior parte dei modelli di ME presentati precedentemente non è stata valutata. Nell'ambito della sperimentazione del modello trasversale di ME a Norimberga è stato invece possibile attivare processi di valutazione approfonditi che hanno avuto un riscontro generale molto positivo. L'efficacia del modello emerge dalla valutazione finale del curriculum di ME da parte degli insegnanti coinvolti (Spanhel 1998 b:63) e dai risultati della valutazione base della documentazione didattica (Spanhel 1999:129-166).

Per gli studenti: i media risvegliano l'interesse e offrono spunti per collegarsi ai loro mondi quotidiani; essi alzano la motivazione, la disponibilità ad apprendere e a lavorare, l'impegno e la concentrazione; essi liberano le capacità pregresse degli studenti, sostanziano la loro fantasia e stimolano a lavorare ed ad apprendere autonomamente; offrono diverse occasioni per parlare e quindi per migliorare

la capacità di espressione (anche attraverso i media stessi); essi offrono, infine, l'occasione per attivare processi di autoriflessione e per migliorare l'autostima dei ragazzi attraverso i progetti che hanno realizzato.

Per gli insegnanti: i media possono interrompere una routine di insegnamento ormai consolidata e stimolare al cambiamento dei metodi e delle modalità di lavoro e socializzazione delle conoscenze; essi sono l'occasione per attivare metodologie didattiche orientate all'azione e per progetti; conducono ad un rapporto più rilassato tra docente e studente e possono, infine, sostenere gli obiettivi educativi e ridurre i problemi di disciplina.

Per la scuola: i media sono lo spunto per attivare colloqui e confronti nel collegio docenti e per analizzare criticamente l'attività di tutta la scuola; essi possono arricchire la vita della scuola e farla aprire verso l'esterno; portano allo sviluppo di nuovi canali di comunicazione e di partenariati di scuole; infine, possono condurre i genitori a interessarsi di più alle attività della scuola.

Con ciò non si deve dimenticare che la realizzazione di questo modello trasversale comporta un forte coinvolgimento di tutti gli attori della scuola: dal dirigente scolastico, al collegio docenti, ad ogni singolo docente.

*Relazione presentata  
alla Summer School  
di Corvara  
(luglio 2002)*

*traduzione a cura di Beate Weyland*

### BIBLIOGRAFIA

**Bofinger, Jürgen:** Das Freizeitverhalten und der Medienumgang von Schülern in Bayern. Eine empirische Studie. Staatsinstitut für Schulpädagogik und Bildungsforschung, Abteilung Medien. München 2001

**Dichanz, H. (Hrsg.):** Schulprofil Medienziehung. Handreichungen zur Entwicklung eines medienpezifischen Schulprofils. Halle/Saale 1998

**Doelker, Chr.:** Kulturtechnik Fernsehen. Analyse eines Mediums, Stuttgart 1991

**Doelker, Chr.:** Leitfaden Medienpädagogik. Zürich 1994

**Doelker, C.:** Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Stuttgart 1997

**Doelker, C.:** Gefährt (= Curriculum) für Medienpädagogik ins 21. Jahrhundert. In: **Kleber, H. (Hrsg.):** Spannungsfeld Medien und Erziehung: medienpädagogische Perspektiven, München 2000, S. 45-51

**Kleber H., Meinhof, C.:** Bilder, Bilder, Bilder... Integrative Medienerziehung in der Hauptschule: Bildmedien, Sammelwerk Medienzeit. Donauwörth 1998

**Kraus, A., Winklmann, L.:** "Hör` doch mal...! Jugendliche und das Recht. Integrative Medienerziehung in der Hauptschule: Hörmedien. Sammelwerk Medienzeit. Donauwörth 1998

**Krüsmann, B.:** Kinder und Medien. Ideen für eine am Kind orientierte Medienerziehung in Primar- und Orientierungsstufe. Mühlheim/R. 1998

**Spanhel, D.:** Unterrichtsliche Integration. In: Dichanz, H. (Hrsg.): Schulprofil "Medienerziehung", a.a.O, 1998a, S. 73-89

**Spanhel, D.:** Integrative Medienerziehung. Ein Curriculum für die Hauptschule. Basisbaustein Medienzeit. Donauwörth 1998b

**Spanhel, D.:** Integrative Medienerziehung in der Hauptschule. Ein Entwicklungsprojekt auf der Grundlage responsiver Evaluation. München 1999

**Spanhel, D.:** Neue Medien - neue Lernchancen. Ein integratives Konzept für die Medienerziehung. In: Lernchancen (Medien verstehen lernen), H. 14, 3. Jg. (2000), S. 5-14

**Spanhel, D.:** Medienpädagogische Kompetenz als integraler Bestandteil der Lehrerprofessionalität. In: Herzig, B. (Hrsg.). Medien machen Schule: Grundlagen, Konzepte und Erfahrungen zur Medienbildung. Bad Heilbrunn 2001, S. 267-294

**Tulodziecki, G. u.a.:** Handlungsorientierte Medienerziehung in Beispielen. Bad Heilbrunn 1995

**Tulodziecki, G. (1997):** Medien in Erziehung und Bildung. Grundlagen einer handlungs- und entwicklungsorientierten Medienpädagogik. 3.Aufl. Bad Heilbrunn

**Wermke, J.:** Integrierte Medienerziehung im Fachunterricht. Schwerpunkt: Deutsch. München 1997

## Ricerche e monitoraggio del programma televisivo "La Melevisione"

**Roberto Trinchero, Alberto Parola**

**(Dipartimento di Scienze dell'Educazione e della Formazione dell'Università di Torino, Responsabile scientifico Cristina Coggi)**

### 1. Le ragioni e gli obiettivi della ricerca

Il Dipartimento di Scienze dell'Educazione dell'Università di Torino è stato incaricato dal 1999 della valutazione del programma televisivo per bambini 'La Melevisione'.

Il gruppo di ricerca, diretto da C. Coggi (ordinario di pedagogia sperimentale), si è organizzato inizialmente in diversi sotto-gruppi, coordinati da neuropsichiatri, sociologi, psicologi e pedagogisti, partendo dalla necessità di capire come un programma televisivo possa servire ai bambini a crescere e in che modo dovrebbe essere potenziato o migliorato perché possa rispondere meglio a questo scopo.

La ricerca e il monitoraggio del programma partono da un presupposto:

"Qual è il ruolo formativo che devono assumere i mass media e in particolare la televisione nei processi formativi? Quali valori e modelli veicolano ai più giovani? Come far recuperare alla televisione il ruolo educativo che le spetta, non demonizzandola, neppure lavorando solo per favorire l'audience ma migliorandone la "qualità" dal punto di vista educativo?"

Queste domande possono essere affrontate in generale o analizzando un programma televisivo specifico.

Nel secondo caso non si tratta di studiare solo il gradimento o il coinvolgimento dei bambini, ma occorre anche stimare il tipo di valutazione da dare e trarre poi le conseguenze per arrivare ad un effettivo miglioramento del prodotto.

Quando si avvia un progetto chi lo attua deve disporre di una retroazione sistematica, continua, per conoscere gli effetti del primo impatto ed apportare immediate modifiche a

conseguenze non volute o a difetti impreveduti. Ha bisogno cioè di una *valutazione continua*.

L'analisi deve tuttavia spingersi in profondità, esplorando le influenze esercitate sui processi cognitivi ed affettivi, sulla maturazione della personalità del bambino, negli aspetti consci e inconsci, e deve operare anche un bilancio dell'esperienza con gli educatori, indagandone le aspettative e filtrando i risultati. Allora occorrono anche i tempi della valutazione sommativa, in grado di operare bilanci usando il rigore della ricerca.

Infine proprio per la sua complessità, un fatto educativo, come quello prodotto intenzionalmente attraverso un *medium* quale la televisione, va affrontato e studiato da vari punti di vista: pedagogico, psicologico, sociologico e didattico.

Giova pertanto ricorrere a un modello complesso di lettura e d'interpretazione del rapporto televisione-educazione da applicare qui a una ricerca empirica finalizzata a studiare un programma particolare.

### 2. Il monitoraggio continuo della trasmissione

Un ampio lavoro di analisi sistematica del programma è stato organizzato inizialmente nel Distretto scolastico 33 della Provincia di Torino, che da anni predispone iniziative di educazione all'immagine televisiva, grazie alle competenze e agli interessi presenti nel territorio. Il campione si è esteso nel secondo anno di ricerca.

Genitori, alunni, insegnanti delle scuole materne ed elementari del distretto hanno sistematicamente seguito il programma e trasmesso ogni settimana un consuntivo delle osservazioni raccolte, sulla base di griglie di rilevazione e valutazione predisposte allo scopo.

Le osservazioni che provengono da genitori, insegnanti e bambini stessi possono offrire spunti convergenti o comunque utili. I giudizi sono generalmente molto positivi, sottolineano le caratteristiche educative dei mes-

saggi proposti, colgono i pregi dell'ambientazione, dei personaggi, dei cartoni scelti. Su qualche aspetto indicano possibilità di miglioramento. Viene molto apprezzata l'assenza di pubblicità e di telefonate da casa e richiesto da tutti uno spostamento dell'orario di messa in onda nel secondo pomeriggio.

Queste e altre osservazioni spontanee raccolte nelle scuole che hanno seguito con continuità le trasmissioni possono offrirci elementi per rispondere alla domanda: "Fino a che punto il programma è *maestro di vita*?"

Per affrontare adeguatamente la richiesta sarebbe importante partire da un'esplicitazione di quanto si proponevano gli autori del programma.

Le rilevazioni condotte sui bambini ci dicono invece che cosa di fatto il programma insegna; il sondaggio rivolto agli educatori è finalizzato a valutare la percezione che di questo insegnamento hanno gli insegnanti e i genitori. Questa non va trascurata, non soltanto perché a seconda dell'opinione che si formano sul prodotto televisivo ne possono incoraggiare o meno la visione, ma anche perché gli educatori, riandando al programma con i bambini, ne propongono una seconda versione, che filtra, sottolinea ed evidenzia determinati aspetti.

Di qui l'utilità di disporre delle osservazioni degli insegnanti, dei genitori e degli alunni, appartenenti ad una realtà scolastica formata alla "lettura del messaggio televisivo" e in grado quindi di analizzarla con maggior consapevolezza e di comunicare in modo più pregnante i risultati.

La *valutazione continua e analitica* della trasmissione, offerta come retroazione sistematica agli autori mentre il prodotto veniva attuato, ha rappresentato il tentativo di favorire il miglioramento progressivo dello stesso.

Le reazioni, le osservazioni di docenti, famiglie e alunni (sia di tipo generale sia più analitiche sui personaggi e l'ambientazione, i cartoni animati, i messaggi veicolati, gli argomenti trattati, il sonoro e gli orari) rappresentano utili indicazioni per curare la qua-

lità del prodotto. I rilievi raccolti nelle scuole hanno consentito di individuare gli effetti che la "Melevisione" conseguiva, il gradimento e le attese. Questo feed-back sistematico ha consentito alla produzione di precisare progressivamente gli obiettivi, di trovare una maggior coerenza tra la realizzazione e gli effetti che si proponeva. Questa fonte di informazioni può essere utilizzata anche in sede di *valutazione finale*: per esempio attraverso le tecniche di analisi del contenuto è possibile mettere in evidenza le concordanze nelle rilevazioni tra i tre gruppi. Possono essere così raccolti i rilievi che caratterizzano in senso positivo o negativo la trasmissione, i criteri spontanei di giudizio elaborati dai tre gruppi, eventuali differenze di percezione, flessibilità dei valutatori nel percepire i cambiamenti, ancoraggio alle prime impressioni o a giudizi precedenti ecc. Le tabelle ottenute con l'analisi dei lessici usati dai valutatori possono offrire, a un lettore paziente, utili indicazioni supplementari.

### 3. Nuovi media e qualità delle trasmissioni televisive per bambini

In uno scenario in cui diversi media, dalla televisione ad Internet, dalla stampa alle pubblicazioni su Cd-rom tendono ad interagire e ad integrarsi sempre di più, quali sono le possibilità che le sinergie tra media mettono a disposizione per il miglioramento della qualità delle trasmissioni televisive per l'infanzia? Come immaginare scenari di integrazione tra media che contribuiscano ad accentuare il ruolo pedagogico del media e non ad alimentare il disordine cognitivo e l'offerta di bassa qualità?

L'aumento di offerta mediale moltiplica le fonti di diffusione cognitiva e i media si propongono come vere e proprie agenzie di socializzazione. La televisione ha rappresentato in questi anni il medium di gran lunga più importante nei processi di socializzazione primaria extrafamiliari. Il mezzo televisivo, con la sua presenza ingombrante nella giornata dei bambini e con il suo veicolare modelli di vita, rappresenta in positivo il principale attore di quell'accumulo di stock cognitivo che i media hanno introdotto nel sociale, mentre in negativo tende spesso a canalizzare cono-

Tre anni di ricerche sulla Melevisione (Valutazione continua e complessiva)		
1999	2000	2001
Indagine su:	Indagine su:	Indagine quantitativa:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinioni e atteggiamenti di educatori;</li> <li>• Processi dei bambini;</li> <li>• Costruzione dell'identità personale;</li> <li>• Meccanismi dell'inconscio;</li> <li>• Aspetti simbolici legati all'immaginario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potenzialità didattiche;</li> <li>• Processi di conoscenza;</li> <li>• Educazione alle diversità;</li> <li>• Rappresentazioni mentali;</li> <li>• La TV come laboratorio;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoraggio on line nazionale su bambini e genitori; elaborazione dati e feedback alla Rai in tempo reale attraverso Internet</li> </ul>
		Indagine qualitativa:
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funzioni di gratificazione;</li> <li>• Mediazione cognitiva;</li> <li>• Training formativo;</li> <li>• Fruizione della narrazione;</li> <li>• Soluzione di problemi (problem solving)</li> </ul>
	Avvio del monitoraggio on line nelle scuole	

scenze, gusti e scelte. Un ruolo non da meno svolgono, e si apprestano a svolgere sempre di più, i videogiochi e soprattutto Internet. La prospettiva di integrazione tra media pone dunque problemi sulla natura e qualità dell'offerta ma porta anche con sé possibilità di integrazione sinergica e strategie di monitoraggio sinora impensabili.

Una televisione che aspiri ad avere effettivamente un ruolo pedagogico, deve necessariamente misurarsi con il problema della qualità dei suoi contenuti. Ad una prima analisi le strategie applicabili potrebbero essere le seguenti:

a) il controllo della qualità della produzione mediatica, ossia il controllo a monte della produzione dei contenuti che poi verranno proposti dalla televisione. Una possibile proposta è quella di istituire una "patente per fare tv educativa" di cui parla Popper, il che significa definire un insieme di criteri per operativi per stabilire la valenza pedagogica di un programma;

b) il controllo della qualità della selezione mediatica. Il controllo alla fonte della qualità di tutta la produzione mediatica è una via sicuramente

poco praticabile, vista la sterminata quantità dell'offerta. Una strategia potrebbe essere quindi lo spostamento del controllo dalla qualità della produzione alla qualità della selezione dei contenuti. Questo problema è legato a doppio filo alla qualità dell'educazione. Quando un libro consigliato dall'insegnante è effettivamente un buon libro? E una trasmissione televisiva? E un sito internet? E' in quest'ottica che si pone il problema della formazione degli insegnanti alla fruizione e selezione dell'offerta mediatica che, data la continua evoluzione dell'offerta mediale, non può essere che una formazione continua. In un'ottica di diffusione televisiva questo significa avere "trasmissioni contenitore" che funzionino da filtro, cercando di proporre agli spettatori solo contenuti di qualità elevata, e questo è sicuramente l'intento degli autori di Melevisione;

c) il controllo della qualità dell'autoconsapevolezza acquisita dai fruitori del prodotto televisivo. La scuola non dovrebbe solo selezionare i materiali pedagogico/didattici offerti dalla televisione ma anche mettere a disposizione degli allievi gli strumenti critici per poter selezionare da soli i conte-

nuti migliori, in altre parole "educare al gusto", "educare al bello", "educare all'utile", favorendo lo sviluppo del senso critico dei soggetti verso l'offerta mediatica e delle euristiche necessarie per muoversi in modo corretto all'interno del panorama di offerta.

Tralasciando in questa sede i problemi illustrati ai punti a) e c), focalizziamoci sul problema al punto b), ossia il controllo della qualità della selezione. In generale, nel panorama televisivo, scarsa attenzione è stata posta al controllo della qualità dell'offerta, puntando principalmente ad una rincorsa dell'audience che ha portato spesso, nelle trasmissioni per il pubblico adulto, ad un appiattimento verso il basso dell'offerta. Nelle trasmissioni per l'infanzia sono spesso caduti nel vuoto gli ammonimenti relativi ad una pericolosa associazione tra comportamenti aggressivi dei bambini e presentazione di modelli violenti al livello di cinema e tv. Come sottolinea Bandura, nei film dove i cattivi vengono sconfitti dai buoni spesso i cattivi subiscono violenze peggiori di quelle inflitte alle loro vittime, veicolando pericolosi messaggi di esistenza di una violenza accettabile e di una non accettabile, separate tra di loro da un confine labile e non facilmente distinguibile. L'offerta mediale unidirezionale, non sottoponibile a controllo può contenere stimoli istigatori alla violenza e all'aggressività contro cui l'utente non ha modo di reagire se non cambiando canale. In aggiunta la comunicazione mediatica unidirezionale ha come caratteristica la possibilità di raggiungere contemporaneamente una grande quantità di persone, dei quali spesso i produttori non sanno praticamente nulla, tranne informazioni generiche legate perlopiù ad obiettivi di mercato. Il programmatore televisivo tiene conto del target ma non può sapere chi realmente assisterà al suo programma e quali saranno gli effetti dello stesso sul pubblico mancando di un feedback in tempi brevi. L'interattività e i feedback resi possibili dalla rete telematica permettono, almeno in linea di principio, di instaurare una nuova "cultura della valutazione dell'offerta mediatica", in cui spettatori e produttori interagiscono in tempo reale per adeguare l'offerta ai gusti ed alle esigenze del giovane pubblico e gli educatori (genitori e

insegnanti) possano intervenire attivamente nella definizione di almeno una parte dell'offerta mediatica in modo da poter stabilire il rispetto di standard di qualità ed attivare sinergie con programmi preesistenti con dichiarate finalità educative, in modo da fornire in tempi brevi a chi seleziona o produce contenuti l'esperienza di chi opera sul campo.

Proprio in questa prospettiva di integrazione sinergica tra media proponiamo qui un progetto, nato da un'idea di chi scrive e di Alberto Parola, che punta a fornire un primo esempio di un utilizzo congiunto delle potenzialità di Internet e della tv via etere, in un'ottica di integrazione mediaspaziale. Il progetto riguarda la trasmissione televisiva "Melevisione". Di tale trasmissione televisiva è già stato effettuato un monitoraggio a cura di alcune scuole materne ed elementari della cintura torinese negli ultimi due anni. L'idea è sostanzialmente questa: utilizzare la rete Internet per un monitoraggio permanente, e in tempo reale, della trasmissione da parte di bambini, genitori, insegnanti. Il paragrafo successivo descrive nei dettagli il progetto.

#### 4. Linee guida per il monitoraggio on-line

Nella presente proposta di progetto si intende rispondere alle seguenti questioni:

- a) quale valore aggiunto può fornire, agli addetti ai lavori, un monitoraggio sul programma con l'ausilio di strumenti telematici;
- b) quale promessa educativa e formativa si può proporre al minore?

Il monitoraggio del 1999 e del 2000 (da gennaio a giugno) è stato finalizzato alla rilevazione, via fax e posta elettronica, dei pareri di bambini, genitori ed insegnanti mediante una griglia di valutazione del programma preparata ad hoc.

Il monitoraggio del 2001, invece, prevede l'utilizzo della Rete (servendosi delle moderne tecniche di accesso on-line a data-base e di elaborazione dati in tempo reale) per migliorare l'efficacia della valutazione del programma e la comunicazione tra l'utente, che cura il programma e chi lo monitora. La fase di test del sistema è stata preparata avvenuta e prevede

l'elaborazione di un questionario d'opinione generale sul programma e un questionario specifico relativo a problemi identificati dalla committenza o dal gruppo di ricerca. Entrambi gli strumenti sono previsti in versione on-line. Il sistema prevede la congiunzione di accesso/data-base/elaborazione dati che offrirebbe in tempo reale offre un valore aggiunto relativo ai seguenti fattori:

- *maggior flessibilità degli strumenti;* Anche se lo strumento di rilevazione inoltre è stato volutamente semplificato per agevolare gli utenti nella compilazione, una delle problematiche è rappresentata dall'eccessiva semplicità della griglia che risulta poco esauriente. Utilizzando un questionario on-line maggiormente strutturato e costruito in base al target, è possibile ottenere maggiori informazioni, con risposte sia chiuse che aperte. Inoltre l'invio delle informazioni stesse è agevolato rispetto all'utilizzo del fax: tale strumento può poi essere modificato giornalmente e flessibilmente in base alle sfumature che si desiderano cogliere relativamente all'oggetto della ricerca.

- *possibilità di sondare un territorio più ampio;*

La Rete è ovunque. Non esistono più problemi di distanze: ciò favorisce enormemente la diffusione dello strumento che può essere utilizzato da qualsiasi punto del territorio che disponga di un collegamento. In Italia siamo prossimi ai 10 milioni di utenti. Anche molte scuole sono dotate di tale possibilità: i giovani telespettatori rappresentano comunque il primo panel da noi previsto ma non è da escludere, in futuro, un'indagine che coinvolga un panel di famiglie e di scuole di varie regioni d'Italia. Il controllo dell'accesso potrebbe avvenire tramite login e password per evitare l'"inquinamento" dei dati da parte dei visitatori.

- *comunicazione in tempo reale dell'evoluzione dei giudizi;*

Un altro aspetto decisamente innovativo dell'introduzione della telematica nel monitoraggio televisivo, è la possibilità di ottenere in tempo reale il giudizio e le proposte del pubblico. Per tempo reale si intende la disponibilità costante, in seguito alla messa in onda delle puntate, delle elaborazioni statistiche a richiesta (tramite

login e password) relative ai dati, dei questionari (con pochi secondi di attesa) che riportano informazioni utili in riferimento alla gradevolezza della puntata per quanto riguarda tutti gli elementi che lo compongono, cioè il tema, il linguaggio, la colonna sonora e così via.

La redazione RAI potrà accedere via Internet a tali informazioni tramite login e password. Tale sistema fa sì che tutti i dati che riguardano il monitoraggio siano ad accesso controllato e solamente gli addetti ai lavori abbiano il permesso di caricarli e/o visualizzarli. Un'eventuale area ad accesso libero potrebbe essere prevista per consentire al pubblico di fornire un feed-back sulla trasmissione. Un altro aspetto fondamentale è che il dato può essere letto se interessa in base alla variabile che si intende valutare, in base alla regione, per esempio all'età dei bambini, al genere, al target, alle scuole, allo status delle famiglie, al grado di istruzione e così via.

- *elaborazione dell'informazione in tempo reale e costruzione di modelli statistici;*

La possibilità di utilizzare un sistema informatico che elabora direttamente i dati dalla rete con un software, scritto in linguaggio ASP, residente sul server, risulta di grande aiuto perché consente di ottenere un'elaborazione dei dati a vari livelli. E' chiaro che, in tale situazione, è più importante un'informazione sintetica e di immediata comprensione rappresentata mediante grafici facilmente interpretabili.

- *flessibilità della griglia di valutazione;*

Il questionario on-line può essere modificato in base alla singola puntata o ad un ciclo di puntate. Ciò è importante perché in taluni casi potrebbe risultare utile rivolgere domande specifiche in base al tema della puntata stessa.

- *aggiornamento costante della banca dati;*

I dati ottenuti giornalmente possono essere 'salvati' come specifici di ogni puntata oppure possono essere cumulati per un periodo di tempo maggiore, anche tutto il ciclo stagionale. Ciò consente di rilevare pareri su specifiche puntate o evidenziare tendenze in un dato arco temporale.

- *specificità della richiesta (questionari mirati esattamente sul target di pubblico);*

La Rete consente di proporre questionari esattamente indirizzati ad un preciso target: bambini, insegnanti e genitori. Inoltre, per quanto riguarda queste ultime due categorie vi è la possibilità di compilare i moduli anche da casa.

- *maggiore controllo sul processo;*

Il maggiore controllo viene ottenuto nel seguente modo:

- il questionario on-line viene precedentemente testato da un gruppo di pre-test;
- i compilatori vengono sensibilizzati sull'importanza del compito;
- i bambini che lo compilano a casa sono affiancati da un adulto;

- gli insegnanti aiutano i bambini nelle compilazioni e verificano la coerenza dei dati inseriti;

In conclusione, il progetto prefigura la creazione di un Osservatorio multi-informativo.

Lo strumento consente l'ottenimento di svariate informazioni e permette di supervisionare con costanza l'evoluzione dei pareri sul territorio. Con tale sistema è possibile calibrare continuamente, in base ai gusti ed alle esigenze del pubblico, tutti gli elementi del programma televisivo offrendo una modalità di interazione con gli esperti e la redazione RAI, attraverso un feed-back che possa avvicinare maggiormente il pubblico al programma, anche attraverso le varie espressioni extra-televisive di Melevisione (sito Internet, iniziative nelle scuole etc...).

Il primo rapporto di ricerca è stato pubblicato nel 2000:

C. Coggi, a cura di, *Una TV per i bambini*, Torino, Il Segnalibro, 2000

Il secondo nel 2002:

C. Coggi, a cura di, *Migliorare la qualità della Tv per bambini*, Franco Angeli, 2002

## Ripensare il MED

Il nostro Presidente ha messo all'ordine del giorno della prossima assemblea del 9-10 novembre un momento di confronto tra i soci sul futuro dell'associazione.

Diverse le ragioni (corrispondenti ad altrettante linee di riflessione) che possono spingere a fare il punto sulla questione:

- la necessità di chiarire la mission del MED (associazione di solo coordinamento o anche di servizi?);
- l'importanza di verificarne struttura e statuto (le articolazioni territoriali funzionano? Va rivisto il loro rapporto con la sede nazionale? Quali parti dello statuto paiono più bisognose di revisione?);
- l'opportunità di definire nuove prassi e nuove strategie (la distribuzione dei membri del direttivo in tutta Italia è una ricchezza ma ostacola la collegialità delle decisioni; quali vie per il finanziamento? Come accreditarsi presso le istituzioni?).

La proposta è di non giungere a Roma per l'assemblea impreparati sull'argomento. Ecco perché lancerei l'idea di aprire un forum sul sito del MED dove i soci possano iniziare ad abbozzare le proprie risposte o a segnalare altri problemi. A Roma sarà più facile sistematizzare punti di vista e proposte per giungere a delle decisioni operative.

*Pier Cesare Rivoltella*

## Screen Saver Salva la TV

### È ANCORA POSSIBILE SALVARE LA TV?

La sfida è accolta e rilanciata al volo a tutti i ragazzi tra i 10 e i 16 anni che con la loro creatività, secondo il loro gusto estetico e con tutta la loro voglia di esprimersi diventeranno finalmente protagonisti, autori e registi delle storie che hanno da raccontare.

*Screen Saver salva la tv* permettendo ai ragazzi di raccontare storie con video realizzati da loro stessi, proponendo reportage strutturati, ideati e girati con i ragazzi e offrendo, nel corso di 180 puntate, un vero "corso di TV", dando curiose e interessanti spiegazioni di come si fa la tv e di tutto quello che gira intorno ad essa.

Un concorso per nuovi programmi ideati nelle scuole, una forte connessione con Internet e una struttura del programma agile e irriverente sono gli altri elementi che caratterizzano *Screen Saver*, il primo formato di tv creato dai ragazzi per i ragazzi, che entra nel loro mondo raccontandolo attraverso la verità del loro entusiasmo.

Così, in una modalità davvero poco patinata e senza dubbio autentica, questo programma quotidiano ha come obiettivo quello di proporre in video la "Tv fatta dai ragazzi" e di affrontare settimanalmente con un esperto un argomento legato a come si fa la Tv: da come si usa la telecamera alle inquadrature, da come realizzare un montaggio in casa a come predisporre le luci e prendere il sonoro. Dunque una serie di consigli e spunti pratici in un veloce, curioso e semplice spazio di *media education*.

Se da un lato verrà dato spazio alle classi, ai gruppi e alle associazioni di giovani per la realizzazione di reportage su temi particolari, dall'altro non mancherà il tempo per le storie personali dei ragazzi e del loro quotidiano.

Internet sarà lo spazio più immediato di incontro e di scambio di opinioni, commenti e proposte di servizi da girare e anche il luogo dove ritrovare i video visti in onda e rivedere on line il corso di TV.

*Screen Saver* è il primo programma che risponde in modo fresco e divertente alla necessità di offrire uno spazio di visibilità più ampia ai ragazzi che impiegano il loro tempo in maniera creativa ed originale.

Gli autori di *Screen Saver* sono Federico Taddia, Massimo Bruno con Elena Mora. Regia Paolo Severini. Produttore esecutivo Mussi Bollini.

Da ottobre dal lunedì al venerdì su Raitre.

I soci MED aderiscono all'iniziativa e comunicano la loro disponibilità direttamente alla Redazione di "Screen Saver - Salva la Tv" di via Verdi 14, 10124 Torino; oppure attraverso i coordinatori regionali:

Lombardia:	Angela Castelli	ioanni37@yahoo.it
Veneto:	Rinalda Montani	rinaldamontani@virgilio.it
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

### IL PROGETTO

"Screen Saver-Salva la Tv" è un programma quotidiano della durata di circa 33 minuti, che parla ai/con i ragazzi dai 10 ai 16 anni circa, e che ha come finalità quello di proporre in video la "Tv fatta dai ragazzi" (sia nei termini di video già prodotti che in termini di servizi realizzati per l'occasione insieme ad "under 16").

Il programma prevede la presenza di un conduttore in studio, che ha il compito di:

- lanciare i video e intervistare telefonicamente alcuni dei protagonisti dei video stessi;
- intervistare l'ospite settimanale;
- rilanciare le iniziative del programma.

La struttura del programma è la seguente:

### VIDEO & INTERVISTA TELEFONICA

Ogni giorno vengono presentati due/tre video (durata max complessiva 15/20 minuti) realizzati da "Under 16" (ma anche over 12) all'interno di scuole, centri associazioni, ecc... La messa in onda di ciascun video è anticipata da un'intervista telefonica del conduttore con uno o due dei giovani protagonisti del video, che raccontano e descrivono il lavoro fatto (Cos'è? Di cosa parla? Quanto ci hanno lavorato? Aneddoti e curiosità? Ecc...).

L'inserimento dell'intervista (molto rapida, fresca e "radiofonica") serve per dare una cornice e un "volto" (voce) ai protagonisti/realizzatori del lavoro, con la duplice finalità di

enfaticizzare/sdrammatizzare il momento. Poi è anche bello sentir parlare qualcuno e poi (eventualmente) vederlo un attimo dopo in azione sul video.

I video per la messa in onda vengono confezionati: oltre ad eventuali rimontaggi (in caso di lunghezze eccessive) si pensa di inserire informazioni (infoballoon) sul "chicomedovequando" del lavoro svolto.

### CORSO DI VIDEO

Ogni giorno, uno spazio del programma (circa 5 minuti) viene dedicato ad un corso di video. Settimanalmente viene affrontato un argomento (che quindi viene sviluppato nelle cinque puntate) con un esperto. Cinque puntate quindi dedicate a come si usa una telecamera. Cinque puntate sulle inquadrature. Cinque puntate su come farsi un facile montaggio in casa. (Altri argomenti: effetti speciali "fai da te"; come predisporre le luci di giorno e di notte.; come impostare e realizzare uno story board; come scrivere una sceneggiatura; come realizzare un documentario; come mettere in piedi una sit com; come prendere il sonoro; come fare un cartone animato; ecc...). La finalità è proprio quella di offrire un corso agile e semplice in 180 puntate, convocando in studio esperti del settore in grado di dare le dritte giuste ai ragazzi. Un piccolo spazio di "media education", ricco di esempi e spunti pratici.

### FAI DA TE

Ogni giorno viene lanciato un servizio etichettato "Fai da te": i servizi "Fai da te"

sono quelli realizzati appositamente dallo staff di "Screen Saver" (le famose esterne quindi) e ruotano tra le seguenti tipologie.

- **Reportage di classe**  
Ad una classe (terza media/prima superiore) viene affidato il compito di realizzare un reportage da una situazione interessante (qui si spazia in ogni campo... dalla sede del Cnr alla Mostra sui Faraoni, dalle officine di Maranello al Centro delle Cicogne di Racconigi, dall'azienda che realizza programmi di realtà virtuale al centro di allenamento del Milan...). L'originalità del reportage sta però nella realizzazione: in un divertente mix (evidenziato anche dall'alternanza tra bianco/nero e colore) si montano sia il back-stage (quindi i ragazzi che parlano con l'autore e il regista; i ragazzi che visitano il centro e fanno

conoscenza con gli esperti; i ragazzi che si mettono d'accordo sulla scaletta del reportage e sulla divisione dei compiti) che il reportage vero e proprio (i ragazzi che presentano il luogo in cui si trovano; i ragazzi che intervistano gli esperti; ecc...).

Anche il reportage viene quindi fatto con l'ottica di "Screen Saver-Salva la Tv": sono i ragazzi stessi che decidono cosa e come dirlo, e che danno la loro impostazione al servizio. Ma anche tutte queste scelte "dietro le quinte" vengono mostrate, per dare un taglio motivato (e scanzonato) al reportage.

- **Forte**  
Ragazzi interessanti... raccontati dai loro amici. L'idea di "Forte" è questa: far raccontare le storie di ragazzi normalissimi che nel loro quotidiano fanno anche cose particolari o

hanno passioni alle quali dedicano un sacco di tempo ed energia. Far raccontare da chi? Dai loro amici. Sempre nell'ottica di "Screen Saver-Salva la Tv" si chiede ad alcuni amici del protagonisti della storia di diventare i protagonisti della realizzazione. Insieme all'autore/programmista/regista sono loro che decidono cosa chiedere, dove fare le riprese, come raccontare quella storia. Sono loro a decidere il taglio del servizio, ed eventualmente ad andare in video in veste di intervistatori. Con questa modalità si raggiungono due scopi: si offrono stimolanti spaccati di vita quotidiana di ragazzi in target e si dà in mano ad altri coetanei la scelta di come fare la tv.

- **10 domande a...**  
Chi vorresti intervistare? Quali sono le 10 domande che gli faresti? E come/dove gliela faresti questa intervista? Basta rispondere in maniera creativa a queste tre domande per poter soddisfare un proprio sogno. Sì, perché ogni settimana ad un ragazzo viene data la possibilità di fare le 10 domande al suo personaggio preferito. Finalità dell'iniziativa è quella di intervistare settimanalmente un personaggio di spessore, intervista che viene però realizzata in stile "Screen Saver-Salva la Tv": nell'ottica della Tv fatta come piace ai ragazzi, sono proprio loro che decidono CHI intervistare, CHE DOMANDE fare, e COME farle (nel limite del possibile).

**LA SCENOGRAFIA**  
Lo studio dev'essere uno spazio molto poco scenografato (non deve ricordare nessun spazio reale e/o nessun spazio televisivo),

Un qualcosa di minimalista, con qualche punto di arredamento hi-tech (Tv al plasma, schermi/monitor piatti di computer...) e qualche tocco di geniale stravaganza.

## INTERNET

Le interconnessioni con il sito Internet sono molteplici:

- Da ogni video mandato in onda viene estrapolato un frame particolarmente bello e significativo. Questo frame può essere scaricato per farne lo screen Saver del proprio computer;
- Tutti i video mandati in onda possono essere rivisti sul sito. Ma sul sito si possono anche votare e commentare i prodotti visti;
- Il corso di video vengono riproposti on line, e gli esperti rispondono in appositi forum alle domande e alle curiosità del telespettatori;
- Attraverso Internet i ragazzi possono proporre amici, storie, situazioni interessanti per girare (con i ragazzi stessi) i servizi.

## IL CONCORSO

E' ancora tutto da inventare e progettare. Il nocciolo è però quello di invitare le classi (dalla quinta elementare al biennio superiore) ad inventare un format/programma televisivo, da sottoporre poi al giudizio di una giuria di ragazzi e di esperti. E l'idea più bella, perché no, potrebbe anche essere realizzata...  
Riferimento: Redazione di "Screen Server-Salva la Tv" (stanza 448) - via Verdi, 14 - 10124 Torino  
Tel. 011.8104817,  
011.8104889, 011.8104252

## Assemblea annuale

Assemblea annuale dei soci MED: sabato 9 e domenica 10 novembre.

La sede è quella tradizionale di Via Marsala 42 (accanto alla stazione Termini - tel.06/4927221). La mattina del sabato potremo partecipare in Vaticano all'incontro con il Papa (hai ricevuto l'invito da parte della CEI; altrimenti richiedelo a me) e magari... mostrare lo striscione con la scritta: SIAMO DEL MED! L'assemblea di quest'anno sarà così articolata:

Sabato 9, ore 15.30:

- Incontro con il Prof.M. Morcellini e il suo gruppo di ricerca per il progetto Scuola.Com
- Esperienze di media education promosse dai soci del MED (coordina: Angela Castelli)

Domenica 10 novembre:

- Ore 8: Eucaristia nelle camerette di don Bosco
- Ore 9.15: Relazione annuale del Presidente del MED
- Ore 10-11: attività ed esperienze del MED nelle regioni (coordina: Lucio D'Abbicco)
- Ore 11-12.30: il futuro del MED ( coordina: il Vice-presidente Prof. Pier Cesare Rivoltella). Il dibattito sarà preceduto dal forum che verrà aperto sul sito del MED: [www.medmediaeducation.it](http://www.medmediaeducation.it)

Adesioni all'assemblea via fax: 06 87290682

**N**ella copiosa produzione riguardante la televisione come problema (per i suoi effetti sull'individuo, la sua capacità di modificare gusti e abitudini dello spettatore, la sua funzione centrale nell'ambito delle attività di costruzione dei significati di cui è costituita la società) il libro curato da Caterina Gozzoli (ricercatrice di psicologia applicata all'Univer-

## C. Gozzoli (a cura di), **Linguaggi televisivi e realtà familiari.** **Quali spazi di incontro?** Unicopli, Milano 2002

sità Cattolica di Milano) si inserisce con alcune specificità.

La prima è la scelta di costruire un libro "sinfoni-

co". La Gozzoli, infatti, invece di prediligere un approccio esclusivamente clinico, sceglie di mettere in dialogo prospettive

diverse, dalle scienze della comunicazione alle attività professionali sul campo. Così accanto al contributo della semiologia (Capretti, Eugeni), vengono coordinati quelli della psichiatria (de Bernart) e della ricerca sperimentale (Gozzoli), della produzione mediale (De Martini, De Santis) e dell'educazione (Rivoltella). Nel confronto tra gli approcci e nella dialettica che li contraddistingue il lettore può tessere i suoi fili interpretativi, prendere posizione, vagliare criticamente i punti di vista.

La seconda specificità del libro è di non voler spaziare a 360° su tutto il fenomeno, ma di concentrarsi esclusivamente sulla realtà familiare. Lo fa con grande attenzione e documentazione: i diversi saggi, infatti, muovendo da un convegno tenuto presso l'Università Cattolica di Brescia nel '97, aggiornano il loro punto di vista con la letteratura più aggiornata sull'argomento offrendo un panorama completo.

Infine, terza specificità, il libro opta decisamente per una posizione problematica, non demonizzante, non preoccupata: la televisione viene inserita nel contesto della realtà familiare e indagata nel contesto delle diverse interazioni che con esso intrattiene. Ne risulta un quadro teorico in chiaro-scuro che offre all'educatore le coordinate giuste per accingersi al presidio del campo educativo.

**Roberto Giannatelli**

**Pier Cesare Rivoltella**

## Giovanni Bechelloni, **Svolta comunicativa** Ipermedium libri, Napoli 2001

**S**e il media educator è in cerca di ispirazioni per il suo lavoro educativo e professionale, potrà attingere a piene mani a questo libro di Giovanni Bechelloni, professore ordinario di sociologia dei processi culturali all'Università di Firenze e fondatore della Scuola Fiorentina di Comunicazione.

Il media educator si troverà inizialmente problematizzato: la comunicazione è difficile e bella. Difficile perché è realtà complessa, perché si muove sempre tra Scilla e Cariddi, tra il riduzionismo tecnologico (ora fino a Internet e al cellulare a portata di mano) e l'eldorado dei sogni e delle utopie del "villaggio globale". Tuttavia "comunicare è bello". "Presuppone di attivare un processo di apprendimento (noi diremmo: la media education!) che si misura con l'interlocutore e la contingenza, con le situazioni e i contesti. Comunicare significa abitare il presente. Stare nella situazione storicamente configurata, 'navigare a vista' nel contesto mutevole nel quale la comunicazione si struttura e si costruisce, mettersi in gioco, assumere la responsabilità, senza poter ridurre più di tanta l'alea, il rischio indotto dall'incertezza. Per comunicare occorre costruire una mentalità aperta" (pag.61).

Il media educator troverà in questo libro una bussola per il suo situarsi nella babele della comunicazione moderna: per non cedere al nichilismo cupo di chi demonizza i media né all'euforia dilagante dei nuovi media. L'atteggiamento cui induce Bechelloni, è quello del realismo critico e costruttivo, aperto al pluralismo dei valori e perciò ecumenico. "Svolta comunicativa" è

identificazione con la modernità, è apertura ai processi e interazioni sociali che si aprono al mercato, alla democrazia, alla formazione, è considerare la comunicazione e la società mediatizzata come una risorsa formidabile anche per l'educazione. Se il media educator è un credente si troverà qui confrontato con una concezione onesta e laica della comunicazione che tuttavia rimane racchiusa in un orizzonte terrestre. Il credente ha invece fiducia in una ulteriorità della comunicazione di cui è stato maestro impareggiabile il cardinale Martini con le sue due lettere pastorali "Effatà. Apriti" (1990) e "Il lembo del mantello" (1991). Il credente non toglie nulla alla laicità dell'analisi e della strategia comunicativa moderna. Trova però nella rilettura della Parola di Dio nell'oggi della comunicazione umana, altri motivi di bellezza, di impegno e di speranza. "Il Verbo si è fatto comunicazione".

Giovanni Bechelloni non è solo un teorico della comunicazione. È anche un propositore di prassi e di interventi. Tra questi vanno menzionati il Master di comunicazione e media di Firenze e la scuola estiva di media education a Cetona. Il MED lo ricorda come simpatizzante e partecipe del Forum sulla comunicazione al quale ha dato un fondamentale contributo che viene riportato in questo libro: "Dalla parte dell'audience". Soprattutto condivide con lui l'impegno perché questo millennio che inizia con le immagini tragiche dell'11 settembre, si costruisca finalmente come "millennio della comunicazione".