

# *Processo produttivo, i curricoli di Media Education e la sperimentazione dei percorsi nelle scuole*



*Alessia Rosa  
Università di Torino*

Nella società odierna l'immagine pervade il tempo e lo spazio in cui viviamo ed è parte integrante del nostro ambiente di vita



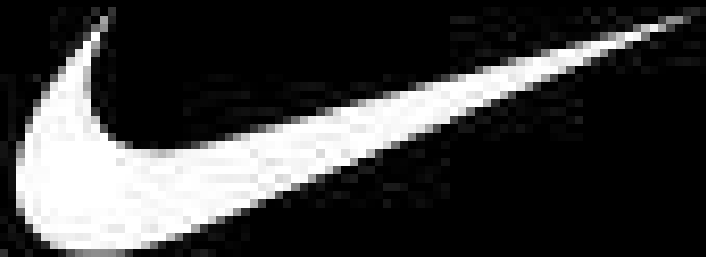
# Immagine come oggetto-emblema delle culture





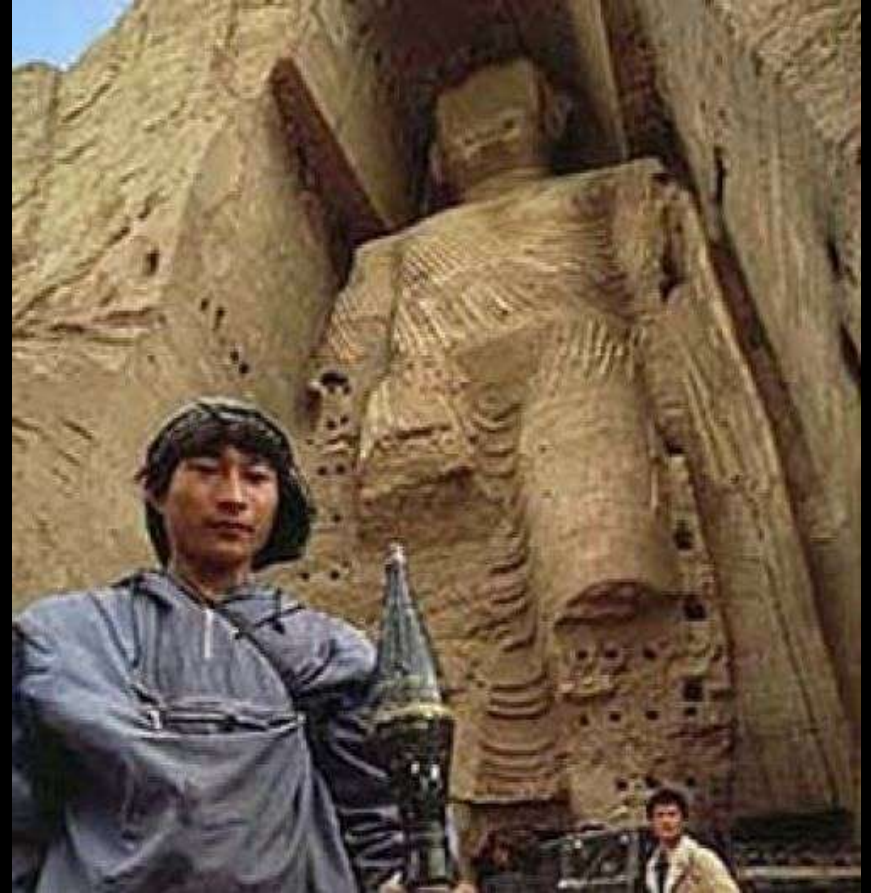
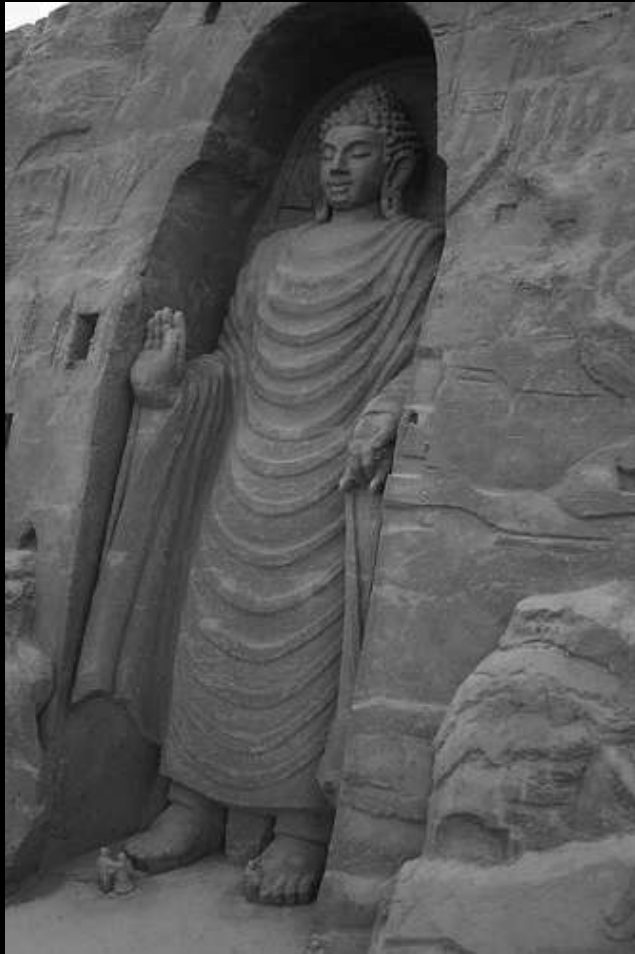
Immagine come portatori di stereotipi

Immagine del potere e potere  
dell'immagine



Nella storia l'ideologia e la pratica iconoclasta  
si sono periodicamente manifestate e alle  
immagini veniva attribuito un potere non  
solo simbolico tanto da condizionare  
l'identità collettiva

# Le statue di Buddhadi di Bamyán



Oggi assistiamo ad un interessante paradosso si  
mostrano le immagini della distruzione delle  
immagini





Secondo Fulchignoni le immagini per la loro specificità e forza comunicativa sono destinate periodicamente, sulla base della loro consistenza mediatica, ad essere al centro di controversie, di cui il fenomeno iconoclasta costituisce l'evento eclatante e rivoluzionario sia materialmente.

Nell'universo mediatico contemporaneo assistiamo a ciò che si definisce "Iconoclash" cioè al processo per cui le immagini si affermano e si negano nell'arco di un brevissimo spazio di tempo

A fronte di un tale potere l'interesse educativo  
per l'immagine non è una scelta

# Progettazione educativa/didattica

Elaborazione del progetto educativo che deve fare da guida ideale a tutta l'attività educativa e didattica che si svolge in un'istituzione formativa, fornendo a tutte le sue componenti un riferimento prospettico chiaro e condiviso di **valori, mete formative, principi d'azione, sistemi di relazioni interpersonali e istituzionali e modalità di valutazione**

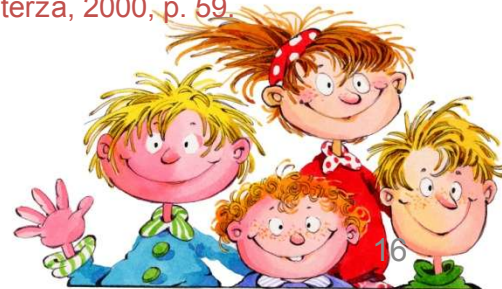
(Dizionario di scienze dell'educazione)



# I contesti scolastici devono oggi ripensare:

- 1) La *struttura dei saperi* ( gerarchie, articolazioni e rapporti);
- 2) la *struttura dei poteri* (competenze dell'allievo e competenze del docente);
- 3) la *struttura dei tempi e degli spazi inerenti all'educazione.*

MARAGLIANO R., *Nuovo manuale di didattica multimediali*, Roma-Bari, Laterza, 2000, p. 59.



La scuola, operando in un contesto con accelerate dinamiche di informazione, deve ripensare i contenuti e le modalità d'insegnamento ponendosi nuove finalità tese a sviluppare nel singolo quelle abilità utili a discernere le conoscenze importanti all'interno dell'universo mediatico, in cui è possibile ritrovare prospettive differenti e sviluppare percorsi conoscitivi diversificati.



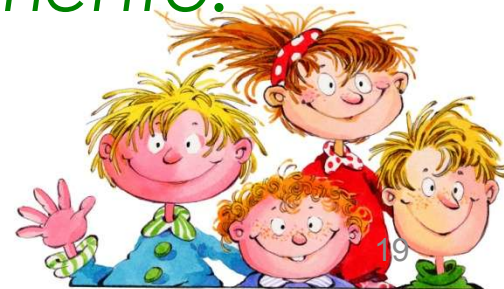
“se la scuola vuole sopravvivere, deve conservare un “margine di sapere”: gli allievi devono continuare ad avere la sensazione che grazie alla scuola essi sono “al corrente di cose segrete”. La scuola deve adattarsi al nuovo ambiente informativo. Ma non deve accontentarsi di accettare di malavoglia ciò che i bambini imparano fuori da scuola. La scuola deve loro insegnare più di quanto essi imparano altrove”



# Le scelte che hanno orientato il lavoro di progettazione e costruzione del curricolo



2. La *distribuzione armonica* dei percorsi nel tempo ponendo attenzione sia lo sviluppo cognitivo dei bambini sia l'intensità delle attività proposte
3. La *tipologia dei media* presi in considerazione;
4. Le grandi *aree concettuali* di riferimento.



# *La disposizione nel tempo*

*Rispettare la graduale precomprensione degli studenti intorno agli argomenti trattati. Ciò ha ispirato l'articolazione del corso su **3 bienni diversi**, pensando sia all'aggancio con la progettazione nella scuola di base, sia alla calibratura di ogni singolo percorso sulle **effettive capacità** degli studenti.*

# *La tipologia dei media*

*Disegnare un ventaglio di incontri con i  
diversi media, già presenti  
nell'esperienza comunicativa dei  
bambini*



**PRIMO BIENNIO:** incontro iniziale con le grandi aree espressive dei media, l'immagine e il suono (aree simboliche specifiche alternative alla scrittura e all'oralità immediata), attraverso un percorso sull'immagine fotografica, uno sulla rappresentazione televisiva, uno sul suono radiofonico

**SECONDO BIENNIO:** approfondimento dei concetti incontrati nei percorsi affrontati nel I biennio (con un percorso sulla fotografia e uno sulla televisione, che ampliano però il ventaglio dei temi) e apertura a tre altre modalità espressive tipiche del consumo mediale dei bambini di questa età: il fumetto, il cartoon, l'ipermedialità



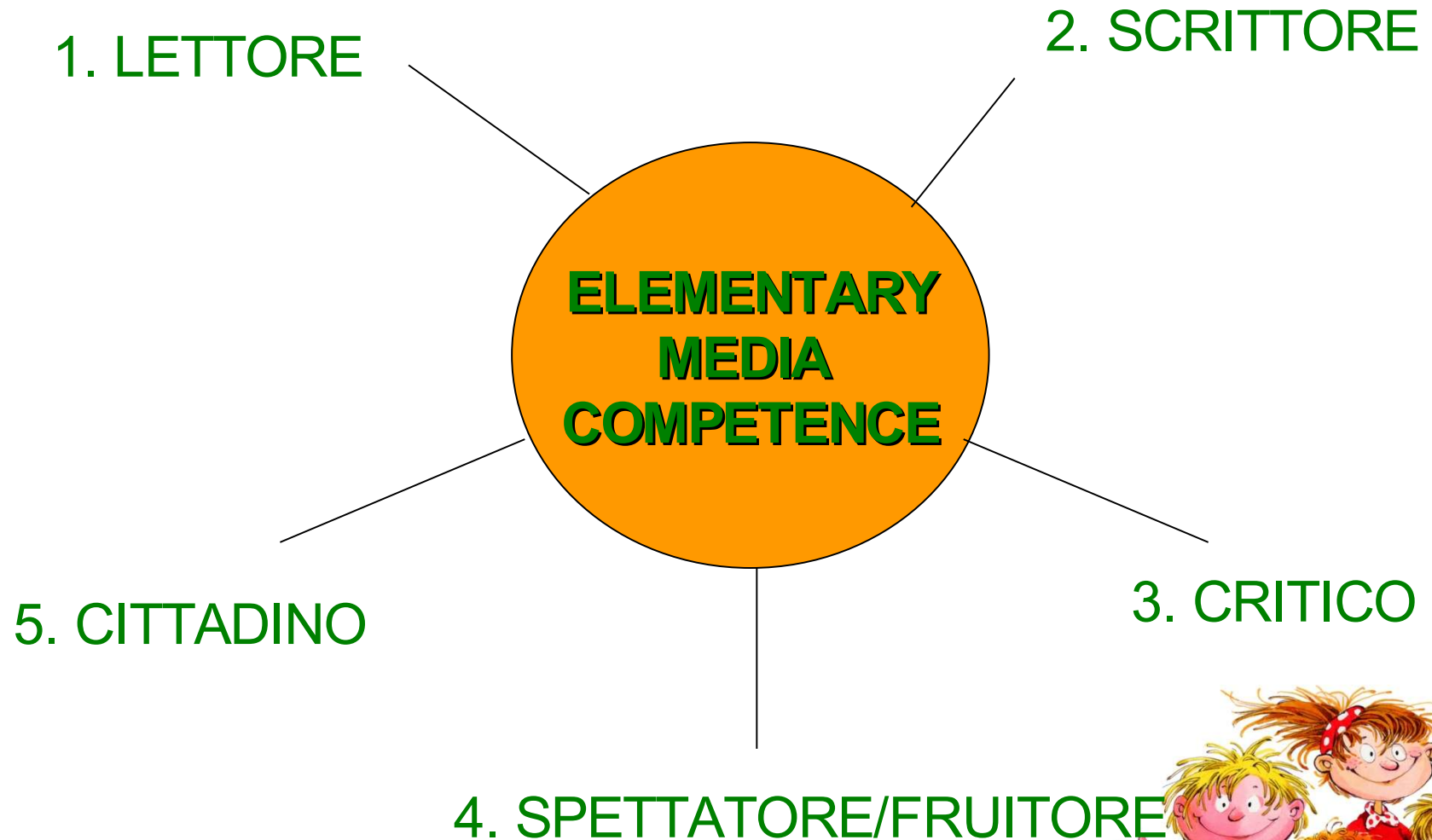
**TERZO BIENNIO:** un percorso di approfondimento ulteriore del mondo televisivo (che riteniamo quello più frequentato dagli stessi bambini e quindi degno di maggiori sforzi esplorativi), uno ancora sul cartoon (anch'esso linguaggio espressivo di grande consumo giovanile) e tre percorsi d'incontro con altrettanti ambienti mediali: la stampa (con particolare attenzione alla dimensione comunicativa, più che formale, dal momento che essa fa già parte della progettazione disciplinare della scuola di base), Internet (tenendo presente che il tema sarà oggetto di attenzioni ripetute negli ordini scolastici superiori) e i videogiochi (tema di pressante attualità nei discorsi sociali).



BIENNIO	foto	fumetto	cartone	tv	radio	stampa	iper-media	internet	video game
I	1, 4			1	2				
II	2, 3	1	4	2, 4			2		
III			1, 2	2, 3, 5		3, 5		5	4



# *Le cinque aree concettuali*



# *I cinque postulati*

- 1. i messaggi dei media sono “costruiti” con linguaggi (e apparati tecnologici) diversi*
- 2. i messaggi dei media hanno intenzioni comunicative diverse*
- 3. ogni messaggio contiene punti di vista e valori*
- 4. è sempre possibile scegliere le modalità della propria fruizione mediale*
- 5. i media mettono in relazione e costruiscono la società*



# Le domande chiave

1. *quale linguaggio è utilizzato per costruire questo messaggio?*
2. *con quale intento è stato realizzato questo messaggio?*
3. *quale punto di vista /valore ispira questo messaggio?*
4. *sono veramente interessato a fruire di questo messaggio?*
5. *questo messaggio modifica la mia relazione con gli altri e con il mondo? il messaggio mi aiuta a capire meglio la realtà? in che modo questo messaggio mi mette in relazione con gli altri?*



	AREE	POSTULATI	DOMANDE STRATEGICHE
1	lettore	i messaggi dei media sono “costruiti” con linguaggi (e apparati tecnici) diversi	quale linguaggio è utilizzato per costruire questo messaggio?
2	scrittore	i messaggi dei media hanno intenzioni comunicative diverse	qual è l’intento di questo messaggio?
3	critico	ogni messaggio contiene punti di vista e valori, anche in relazione ad interessi economici o politici	quale punto di vista ispira questo messaggio?
4	fruitore	è sempre possibile scegliere le modalità della mia fruizione mediale	sono veramente interessato a fruire di questo messaggio?
5	cittadino	i media mettono in relazione e costruiscono la società	questo messaggio migliora la mia relazione con gli altri e il mondo?

	Concetti	Postulati	Sotto-concetti
1	lettore	i messaggi dei media sono “costruiti” con linguaggi (e apparati tecnici) diversi	LINGUAGGIO, TESTO, SEGNO, CODICE, ECC. TECNICA FORMAT
2	scrittore	i messaggi dei media hanno intenzioni comunicative diverse	AUTORE INTENZIONALITÀ COMUNICATIVA FUNZIONE
3	critico	ogni messaggio contiene punti di vista e valori	STEREOTIPO IDEA DI MOTIVI
4	fruitore	è sempre possibile scegliere le modalità della mia fruizione mediale	SCELTA MOTIVAZIONI SODDISFAZIONE USO DEL TEMPO
5	cittadino	i media mettono in relazione e costruiscono la società	PARTECIPAZIONE SOCIALIZZAZIONE, INTERAZIONE MODELLO, RESPONSABILITÀ

*La fase produttiva inizia il primo  
giorno e .....dopo un accurata  
analisi del territorio*



# *Progettare la produzione*

*1 Definizione della situazione concreta in cui nasce la soluzione problematica ed individuazione degli obiettivi educativi*

*2 Delimitazione dell'orizzonte disciplinare o interdisciplinare in cui inserire l'attività di media education*

*3 Individuazione del media o dei media*

*4 Definizione dei tempi di realizzazione*

*5 Individuazione delle risorse umane*

*6 Individuazione delle risorse tecnologiche, degli strumenti e dei materiali*

*7 Mappare la possibilità di utilizzare supporti territoriali*

*8 Riflettere sulla possibilità di inserire il proprio progetto all'interno di più ampie iniziative nazionali o internazionali*

*Nella fase produttiva: è utile  
Lavorare per progetti*

*Lavorare per singoli percorsi progettuali  
(in relazione ai media o per  
competenze) che devono avere dei  
tratti in comune*



*Attenzione a non confondere la  
media education con l'uso delle  
tecnologie educative o con i  
media educativi*

*Buckingham, 2006 p.23*

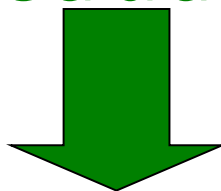


# Occorre ideare un percorso in cui:

- Vengano studiati ed analizzati i **contenuti**
- In cui si stabilisca cosa si vuole ottenere **(obiettivi)**
- Attraverso quali passaggi **(metodologia)**
- Che avvengono in determinate fasi **(tempistica)**
- Un percorso al termine del quale vi sia una valutazione dello stesso **(verifica)**

# *Iniziare a costruire un progetto di educazione ai media*

*A partire dalla definizione di media education stessa che si propone di sviluppare sia una comprensione critica sia una partecipazione attiva.*



*È importante il CONTESTO*



*Dei fruitori*

*Specifico*

*Allargato*

*La progettazione degli interventi formativi non può dirsi completa se non si effettua l'analisi dei bisogni formativi. Si tratta di un'attività che dovrebbe essere attivata nell'ambito di qualsiasi processo formativo e che risulta fondamentale per un'adeguata progettazione dell'intervento*

# Successivamente è possibile analizzare alcuni aspetti

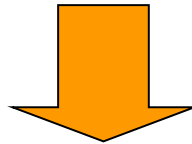
1. **I Linguaggi** (significati, Codici, Convenzioni, Generi, Combinazioni e tecnologia)
2. **I condizionamenti** (industria, pratica professionale, collegamenti, regolamentazione, distribuzione)
3. **L'ideologia** (accesso e partecipazione, stereotipi, interpretazioni e stile)
4. **I recettori** (audience) target, fruizione, gradimento, differenze sociali

# *Un progetto di educazione ai media*

*Un elemento fondamentale è la flessibilità*



*Aggiornando continuamente gli obiettivi,  
l'evoluzione tecnologica, i contenuti e così  
via.....*



*L'utilizzo degli stessi media si modifica a seconda  
delle generazioni*

*Ogni nuovo medium modifica con la sua  
presenza il significato degli altri già presenti*

# L'obiettivo è

*Un intento espresso in modo chiaro e non ambiguo, rispetto al quale è possibile decidere se un percorso o un processo è giunto al termine e/o è valido per giungervi*

*(Pellerey 1999)*



# Gli obiettivi a breve e a lungo termine

La media education propone l'unione alla conoscenza formale della struttura dei linguaggi e alla capacità di analisi e di comprensione dei testi (*area del sapere*), la capacità produttiva concreta (*area del saper fare*) e quella di riflessione critica (*area del saper essere*)

# *Metodologia di un progetto di educazione ai media*

*La media education ha sperimentato e sperimenta strumenti e tecniche, ma non si è mai dotata di un metodo, di cui solo saltuariamente ha posto la questione*

*Rivoltella 2006*



# *Se non un metodo almeno 10 punti su cui riflettere*

- 1. Partire sempre dal contesto*
- 2. Utilizzare tecniche partecipative*
- 3. Definire gli obiettivi in rapporto ai tempi e alle risorse*
- 4. Prevedere verifiche intermedie*
- 5. Coinvolgere le realtà locali*
- 6. Adattare non solo l'oggetto ma il linguaggio e gli esempi concreti da cui partire all'età dei partecipanti del laboratorio*

1. *Far scegliere il tema del prodotto mediale che verrà realizzato nel progetto ai partecipanti*
2. *Affiancare dove possibile l'analisi dei testi alla produzione concreta di un prodotto mediale*
3. *Curare le fasi burocratiche e le autorizzazioni*
4. *Prevedere un momento di restituzione dei lavori.*

# *Tempi e programmazione di un progetto di educazione ai media*

*Definire tempi e fasi sia per dare un ordine interno e logico alle azioni, sia per fornire direttive puntuali e precise a chi lavora, sia per ottimizzare le risorse disponibili e infine per rendere comprensibili il progetto alle persone esterne.*

*(Grollo, Nardo 2006)*



# Verifica del progetto

*Consente la riprogettazione delle attività sulla base dell'esperienza diretta dei:*

- Destinatari diretti del progetto*
- I soggetti che hanno proposto progettato e condotto il progetto*
- Ed altro ancora...*

