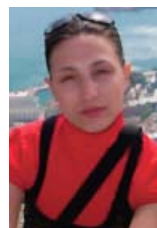


Media education in Europa



José Ignacio Agueded

Presidente del Grupo Comunicar
vicerrector.tecnologias@uhu.es



Antonella Iania

Licenciada en Teoría de la Comunicación e Comunicación Pública
iania.antonella@gmail.com

La educación en medios es un movimiento educativo y didáctico que pretende fomentar entre los niños y jóvenes el conocimiento y comprensión crítica de los medios de comunicación, sus técnicas de producción, sus formas de construir y generar mensajes, los géneros mediáticos y sus lenguajes audiovisuales. La educación en medios incluye tanto la educación con los medios como instrumentos didácticos del proceso educativo como la educación para los medios, estrategia para su comprensión crítica como instrumentos, como lenguajes y como cultura; y finalmente incluye también la educación a través de los medios. En suma, los objetivos fundamentales de la educación en medios son ofrecer a la nueva generación las claves para comprender los medios, formando personas que se integren plenamente en la sociedad, con altos niveles de reflexividad y criticidad. La educación en medios debe desempeñar un papel de vigilancia crítica constantemente, hacia una visión más inclusiva y participativa.

La Media Education è un'attività educativa e didattica che ha come scopo quello di sviluppare nei giovani una informazione e comprensione critica circa la natura e le categorie dei media, le tecniche da loro usate per costruire messaggi e produrre senso, i generi e i linguaggi specifici. ME indica l'educazione con i media, considerati come strumenti da impiegare nei processi educativi generali; l'educazione ai media, che si riferisce alla comprensione critica dei media, intesi non solo come strumenti, ma come linguaggio e cultura; educazione per i media, livello rivolto alla formazione dei professionisti.

In sintesi, gli obiettivi principali della ME sono: offrire alle nuove generazioni le chiavi per la comprensione dei media; formare persone che si realizzino compiutamente come soggetti coinvolti in legami sociali, qualificati da un'elevata soggettività e da una riflessività di carattere intenzionale. Per la Media Education l'educazione deve continuamente svolgere un ruolo di vigilanza critica, proprio per questo ha modificato i suoi orientamenti per un approccio più comprensivo e partecipativo.

1. Nascità e affermazione della media education

Sul piano internazionale si sono susseguite, con intensità sempre maggiore, iniziative nel campo dell'educazione ai media.

A Londra, nel 1933, viene fondato il British Film Institute con una sezione a carattere educativo. Nel 1982 nasce a Parigi il CLEMI (Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens de l'Information) finalizzato dapprima alla lettura critica della stampa e successivamente agli altri media. Oltre oceano, in Canada (Ontario), si costituisce nel 1978 l'Association for Media Literacy che nel 1989 pubblica, per incarico

del ministero dell'Educazione, i programmi di alfabetizzazione mediale (o di Media Literacy) per la scuola secondaria.

L'UNESCO ha patrocinato incontri internazionali per lo studio e la promozione della ME: il seminario di Oslo (Norvegia) del 1962 sull'educazione al film e alla televisione; il simposio internazionale a Grunwald (Germania) nel 1982, conclusosi con una dichiarazione di intenti (Masterman, 1985); il colloquio su «Nuove direzioni per l'educazione ai media» a Tou-

formare persone che si realizzino compiutamente come soggetti coinvolti in legami sociali, qualificati da un'elevata soggettività

louse (Francia) nel 11990.

Nel 1978 l'UNESCO ha patrocinato la pubblicazione di un General curriculum for Mass ME (a cura di S. Minkkinen).

L'impegno per la ME è stato assunto anche dalle organizzazioni cattoliche internazionali. Alla fine degli anni Ottanta, l' UNDA (International Catholic Association for Radio and Television) con sede a Bruxelles, dà vita a un gruppo di lavoro ad hoc presso il Consiglio d'Europa a Strasburgo e fonda il periodico Education Communication (Pungente, 1985; Creel-Gomez, 1990; Piette, 1996; Hart, 1998).

Anche i congressi internazionali di ME hanno consentito un utile scambio di conoscenze e di valutazioni (Guelph-Ontario 1990 e 1992, La Coruña-Spagna 1995, Paris-UNESCO 1997, São Paulo-Brasile 1998, Toronto 2000).

A partire dal 1990 si registra un seguito impressionante di congressi internazionali dove i media educator acquisiscono la coscienza di non essere i rappresentanti di iniziative isolate, ma di costituire un grande movimento internazionale. Una chiara conferma di questo sviluppo del movimento si è avuta al Summit 2000 on media education di Toronto. Il Summit ha avuto luogo nel Canada, nazione particolarmente benemerita per l'appoggio dato alla ME e per aver saputo indicare i mezzi strategici per realizzarla.

2. Una definizione europea dell'alfabetizzazione mediatica

La Commissione delle Comunità Europee definisce l'alfabetizzazione mediatica come «la capacità di accedere ai media, di comprendere e valutare criticamente i diversi aspetti dei media e dei loro contenu-

ti, di creare comunicazioni in una varietà di contesti, produrre e diffondere contenuti mediatici».

I mass media sono i media in grado di raggiungere un vasto pubblico tramite diversi canali di distribuzione. I messaggi dei media sono contenuti informativi e creativi inclusi in testi, suoni e immagini veicolati da diverse forme di comunicazione, tra cui la televisione, il cinema, i video, i siti web, la radio, i videogiochi e le comunità virtuali. Un approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica dovrebbe riguardare tutti i media.

I vari livelli di alfabetizzazione includono:

- il sentirsi in grado di utilizzare senza problemi tutti i media esistenti, dai giornali alle comunità virtuali;
- l'utilizzare attivamente i media, facendo ricorso fra

l'altro alla televisione interattiva, ai motori di ricerca Internet o alla partecipazione alle comunità virtuali, e la capacità di sfruttare meglio il potenziale dei media per quanto riguarda gli spettacoli, l'accesso alla cultura, il dialogo interculturale, l'apprendimento e le ap-

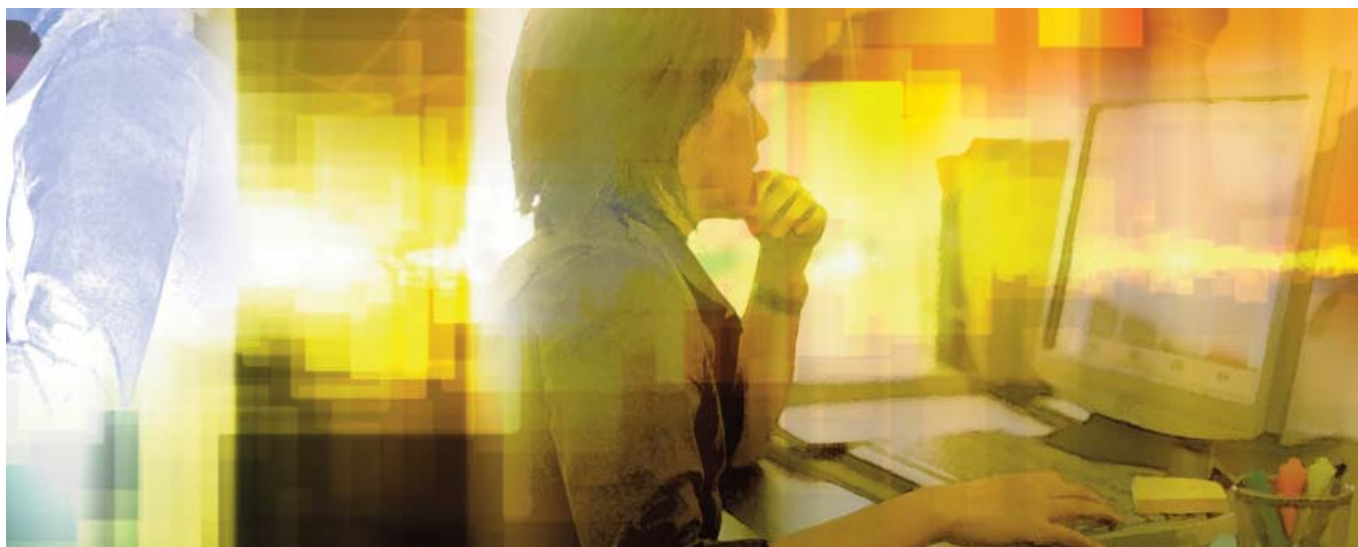
plicazioni quotidiane (come le biblioteche, i podcast);

- l'accostarsi criticamente ai media in termini sia di qualità che di veridicità dei contenuti ad esempio, essere in grado di valutare le informazioni, confrontarsi con la pubblicità nei vari media, utilizzare con intelligenza i motori di ricerca;

• l'utilizzare creativamente i media, visto che l'evoluzione delle tecnologie e la presenza sempre più massiccia di Internet come canale di distribuzione consentono ad un numero sempre crescente di europei di creare e diffondere immagini, informazioni e contenuti;

- il comprendere l'economia dei media e la differenza tra pluralismo e proprietà dei media;
- l'essere consapevoli dei problemi di copyright, es-

essere in grado di valutare le informazioni, confrontarsi con la pubblicità nei vari media, utilizzare con intelligenza i motori di ricerca



senziali per una «cultura della legalità», specie per le generazioni più giovani nella loro duplice veste di consumatori e produttori di contenuti.

In questo modo l'educazione ai media viene definita come una componente fondamentale dell'educazione politica tendente a sviluppare un comportamento attivo e consapevole da parte dei cittadini europei in materia di diritti e doveri.

Per raggiungere tali obiettivi è necessario facilitare l'accesso alle tecnologie dell'informazione, principalmente riducendo il Digital Divide, sia fra gli Stati membri sia fra le aree urbane e rurali, attraverso lo sviluppo dell'infrastruttura «informativa e comunicazionale» e mettendo a disposizione l'accesso alla banda larga come servizio pubblico di base.

Per quanto sopra citato il Parlamento Europeo si impegna a promuovere la media education come la nona competenza chiave nell'European Reference Framework for Life Long Learning, ovvero come competenza necessaria per lo sviluppo personale, la promozione della cittadinanza attiva e l'inserimento sociale e lavorativo dei cittadini comunitari.

In merito a ciò è apprezzabile l'importanza attribuita alla formazione degli adulti e in particolare alla educazione dei genitori sottolineando la loro funzione insostituibile nel formare le abitudini dei figli nell'uso dei media.

2.1. Alfabetizzazione mediatica per le opere audiovisive

Le tecnologie digitali e la penetrazione della banda larga facilitano notevolmente l'accesso alle opere au-

divisive, creando nuovi canali di distribuzione come il video-on-demand e la televisione mobile.

Le tecnologie digitali riducono inoltre le barriere all'accesso per la creazione e la distribuzione delle opere audiovisive e contribuiscono alla creazione del mercato audiovisivo senza frontiere.

In questo quadro l'alfabetizzazione mediatica significa:

- offrire, in particolare al pubblico giovane in Europa, una maggiore consapevolezza e conoscenza del nostro patrimonio cinematografico e contribuire ad accrescere l'interesse per tali film e per la recente cinematografia europea;
- promuovere l'acquisizione

di competenze in materia di creatività e produzione dei media audiovisivi.

- comprendere l'importanza del copyright dalla prospettiva dei consumatori e dei creatori dei contenuti.

2.2. Alfabetizzazione mediatica on-line

Con il rapido evolversi della società dell'informazione, è necessario possedere competenze in materia di alfabetizzazione mediatica per tenersi al corrente e non restare esclusi dalle innovazioni tecnologiche, economiche e culturali.

Internet modifica profondamente il consumo dei media, costituendo un mezzo supplementare di accesso interattivo ai media tradizionali (come IPTV o Internet Radio), ai testi, alle immagini e ai suoni provenienti da tutto il mondo. Si offrono così enormi opportunità, ad esempio per quanto riguarda le biblioteche digitali on-line, ma anche enormi sfide in termini di alfabetizzazione mediatica.

offrire una maggiore conoscenza del nostro patrimonio cinematografico e contribuire ad accrescere l'interesse per tali film





Alfabetizzazione mediatica on-line significa:

- fornire agli utenti strumenti che permettano loro di valutare criticamente i contenuti on-line;
- sviluppare le competenze in materia di produzione e la creatività digitale e incoraggiare la consapevolezza dei problemi connessi al copyright;
- assicurare che i benefici della società dell'informazione siano condivisi da tutti, anche dalle persone che si trovano in situazione di svantaggio perché in possesso di risorse o di livelli di istruzione limitati, oppure per motivi di età, sesso, provenienza etnica, disabilità (e-Accessibility), nonché quelle che vivono in zone svantaggiate (tutti questi casi rientrano nella problematica dell'e-Inclusione);
- fare opera di sensibilizzazione sul modus operandi dei motori di ricerca (prioritizzazione delle risposte, etc.) ed imparare ad utilizzare meglio i motori stessi.

3. Educazione ai nuovi media: l'ue raccoglie la sfida

Il modo in cui utilizziamo i media sta cambiando: per l'enorme quantità di informazioni disponibili non è più sufficiente saper leggere, scrivere o utilizzare un computer.

La Commissione Europea ha avvertito che i cittadini europei di tutte le età rischiano di non godere dei benefici dell'odierna società dell'informazione ad alta tecnologia se non ci sarà un maggiore impegno per

educarli ai media, consentendo loro di accedere a immagini, suoni e testi, di analizzarli e valutarli, nonché di utilizzare gli strumenti, nuovi e tradizionali, per comunicare e creare contenuti mediatici.

Gli Stati membri e l'industria dei media devono quindi sensibilizzare maggiormente il pubblico ai numerosi messaggi mediatici che riceve, siano essi pubblicità, film o contenuti in linea.

Per partecipare all'odierna società dell'informazione, è necessario comprendere il funzionamento dei vari mezzi di comunicazione

Per partecipare all'odierna società dell'informazione, è necessario comprendere il funzionamento dei vari mezzi di comunicazione (vecchi e nuovi).

Per questo motivo la Commissione europea, il 20 agosto 2009, ha adottato degli orientamenti in materia, esortando gli Stati membri e l'industria a promuovere l'educazione ai media fra i cittadini Europei attraverso attività che li aiutino ad accedere a tutti i media cui sono esposti (televisione, cinema, radio, musica, stampa, Internet e tecnologie di comunicazione digitale), a comprenderli e a valutarli con spirito critico.

L'educazione ai media può migliorare il modo in cui il pubblico utilizza i motori di ricerca, può insegnare agli alunni come si realizza un film o come funziona la pubblicità.

In alcuni paesi (ad esempio in Svezia, Irlanda e nel Regno Unito) l'educazione ai media fa già parte dei programmi scolastici. Il sito Internet britannico kidSMART insegna ai giovani come usare i siti di socializzazione in rete in modo sicuro.

L'educazione è un settore di competenza naziona-



le, ma la Commissione ha invitato i paesi dell'Unione europea ad aprire un dibattito su come attribuire un ruolo importante all'educazione ai media nella scuola.

4. Media literacy in materia di istruzione formale e non formale

Le modalità e l'inclusione dell'alfabetizzazione mediatica nei programmi scolastici a tutti i livelli è, naturalmente, responsabilità primaria degli Stati membri dell'Unione Europea. L'alfabetizzazione mediatica dovrebbe coprire una vasta gamma di approcci sia all'interno che all'esterno del sistema formale di istruzione.

In alcuni paesi, l'educazione ai media è da molti anni un importante componente del curriculum scolastico (ad esempio, Regno Unito, Irlanda, Germania, Francia, Svezia, Malta, Ungheria), mentre in altri paesi ci sono solo poche e sporadiche iniziative che hanno luogo all'interno del contesto scolastico o addirittura nessuna.

«Come alfabetizzazione in sé (come tradizionalmente definita), l'educazione ai media è un mezzo di comunicazione e di scambio culturale, si tratta di un «Medium di apprendimento».

Nel Regno Unito, tutti gli insegnanti, indipendentemente dalla loro specializzazione, sono responsabili anche per l'alfabetizzazione mediatica.

In Svezia l'istruzione e l'educazione ai media sono inclusi nella Scuola Primaria. Australia, Nuova Zelanda e Canada sono attualmente i paesi più avanzati del mondo, l'educazione ai media fa parte dei programmi scolastici come materia. In questi paesi vi è anche partnership con l'industria dei media e le autorità di regolamentazione, numerose associazioni pubblicano riviste e newsletter e vi sono numerosi siti web.

Vi è una vasta gamma di attività svolta al di fuori dei

sistemi formali di istruzione che contribuiscono a migliorare l'alfabetizzazione mediatica, in particolare nel campo della produzione di competenze pratiche. La formazione dell'educatore al di fuori del sistema formale, è molto importante perché l'alfabetizzazione mediatica sia efficace.

Le iniziative che si svolgono sono spesso condotte da organizzazioni senza fini di lucro, in stretta collaborazione con i diversi enti. La maggior parte degli editori di giornali e stazioni televisive, centri culturali e agenzie di film in tutta Europa (paesi scandinavi, Regno Unito, Irlanda, Grecia) sono molto attivi anche nella conduzione workshop, festival cinematografici, mediazione e amministrazione di siti web in materia di educazione al cinema.

Alcuni esempi di attività al di fuori del sistema formale di istruzione:

- L'organizzazione della società civile francese «Centre d'ethodes aux entrainement» di educazione attiva (CEMEA) ha sviluppato azioni ed iniziative per la formazione di cittadini interessati, per il potenziamento delle competenze pedagogiche e di informazione sull'alfabetizzazione mediatica. Ciò è stato fatto attra-

verso una rete mediatica, biblioteche pubbliche, ma anche attraverso centri professionali e per il tempo libero.

- L'Associazione italiana Zaffiria propone laboratori multimediali per le scuole cercando di sviluppare il legame tra scuola e territorio. Zaffiria organizza corsi di formazione di educazione ai media per genitori e insegnanti, progetti per bambini svantaggiati. L'associazione ha accordi con le Università di Bologna e Urbino.

- Il ministero federale tedesco in partecipazione con ZDF, televisione pubblica tedesca con sede a Magonza, offre una continua evoluzione web-site in collaborazione con ARD, Arcor (industria Telecom), TV rivista (TV Spielfilm) e diverse associazioni. Esso pro-

l'educazione ai media è un mezzo di comunicazione e di scambio culturale, si tratta di un «Medium di apprendimento»



muove l'alfabetizzazione mediatica e organizza iniziative che coprono un ampio numero di servizi sia per i cittadini che per le scuole.

4.1. Media literacy per le opere audiovisive

Molte iniziative volte a incoraggiare il pubblico giovane a sviluppare un approccio critico ai contenuti audiovisivi sono attive in materia di istruzione formale, spesso condotti in partnership con organi ed enti di vario tipo che lavorano con i bambini.

Un certo numero di soggetti interessati, in particolare emittenti, sono anche attivi promotori di iniziative per aiutare i giovani a sviluppare una chiara consapevolezza dei contenuti multimediali.

- In Italia, Zaffiria (Polo Specialistico della Provincia di Rimini) nasce ufficialmente nel 2001, è un Centro che si occupa di proporre e sviluppare l'educazione ai media nelle scuole del territorio provinciale collaborando con insegnanti, genitori e bambini. Realizza progetti e laboratori in collaborazione con le tante direzioni didattiche del territorio provinciale. Promuove i diritti del bambino e la sua partecipazione sociale attraverso l'uso creativo dei mezzi di comunicazione di massa e tramite iniziative di sensibilizzazione, in collaborazione con la casa editrice Fulmino, propone libri e strumenti didattici per far crescere in Italia una maggior consapevolezza sulla necessità di un'alfabetizzazione mediale. Da tre anni propone il concorso «Verso una piccola biblioteca, i mass media nei racconti dei bambini». I testi migliori vengono pubblicati nell'antologia Amici di Zapping.

- In Francia, l'INA (Institut National de l'Audiovisuel) ha sviluppato una serie pedagogica di DVD, per scuole e altri istituti sul modo di leggere i telegiornali, apprendere la TV ecc.. «Quai des images» è il sito dedicato all'insegnamento del cinema e degli audiovisivi edito dal Ministero per l'educazione nazionale francese. Propone attività di educazione all'immagine e di analisi dei film legate ai programmi scolastici; rac-

colge i testi ufficiali sugli audiovisivi; offre una serie di strumenti d'analisi e di studio molto completi su specifici film e autori particolari; informa su conferenze, seminari, corsi e festival sull'audiovisivo e il suo utilizzo in ambito educativo e didattico. «Votre Télé et vous», è un programma televisivo giornaliero ideato dalla televisione pubblica francese che una volta al mese è dedicato a un dialogo tra il pubblico, i professionisti del settore ed esperti che si occupano del ruolo che la televisione dovrebbe avere, il suo impatto e le questioni deontologiche legate al trattamento delle notizie.

- Dal 2003, hanno luogo in Germania le iniziative congiunte tra la BPB (für Bundeszentrale Politische Bildung - Agenzia federale per l'educazione civica) e il FFA per FILKOMPETENZ, nelle scuole che includono lo studio di elaborazione di una serie di codici per decifrare le immagini. Inoltre, lo scopo di Filmkompetenz è quello di diventare parte integrante a livello universitario. All'ordine del giorno è la formalizzazione di scambi

in questo settore tra scuole di cinema, università e scuole.

- FIS è un'iniziativa del Dipartimento dell'Istruzione e della Scienza in Irlanda. Attraverso la FIS, i bambini hanno sviluppato la loro comprensione del cinema come mezzo di espressione, hanno acquisito competenze importanti nella comunicazione, lavoro di squadra, hanno imparato a risolvere problemi critici, a utilizzare l'ultima tecnologia digital film. FIS ha dimostrato di essere un grande successo in Irlanda e, dal suo lancio nel 2000, centinaia di bambini e insegnanti lo hanno accolto con entusiasmo.

- In Finlandia, il Filmihillo è un'iniziativa pedagogica che promuove l'educazione al film e che mira ad aumentare la consapevolezza e l'apprezzamento della pellicola in bambini e giovani.

4.2. Media literacy nell'ambiente in linea

Vi sono numerose iniziative importanti ed efficaci

incoraggiare il pubblico giovane a sviluppare un approccio critico ai contenuti audiovisivi sono attive in materia di istruzione formale

in Europa, intese ad incoraggiare un approccio critico sui contenuti, in particolare materiale informativo, a disposizione on-line, molte delle quali sono state sostenute dalla Commissione europea «Safer Internet Programme». Ci sono anche una serie di iniziative, a livello nazionale, svolte da giornale e programmi educativi, per stimolare la consapevolezza dei giovani della diversità delle fonti di notizie on-line.

- SafeNetHome è finanziato dalla Safer della Commissione europea «Safer Internet Action Plan». È membro di Insafe, una rete di sensibilizzazione in 21 paesi che coordinano Internet per la sicurezza in Europa.

- In Finlandia l'Information Security School, organizzato da uno sforzo congiunto della pubblica amministrazione, imprese e organizzazioni no-profit, è stato sviluppato per aiutare i bambini, genitori e insegnanti a comprendere le pratiche della rete, l'etica dell'informazione attraverso varie attività pratiche quali concorsi, giochi ecc.

- La BBC offre una gamma molto ampia di opportunità interattive, come bacheche on-line, forum di commenti, blog, contributi video e audio, recensioni, critiche, discussioni e dibattiti. Gli argomenti includono commenti sui contenuti della BBC stessa e il dibattito su novità, attualità e problemi in generale.

- L'INA, in Francia, ha un programma on-line «Jalons pour l'histoire du temps présent», che propone circa 1000 documenti di archivio audiovisivo per insegnanti, studenti e qualsiasi istituzione educativa. Questo sito è un buon esempio per on-line mediatica, per le opere audiovisive, nel senso che aiuta i suoi utenti a porre in prospettiva contesti storici e media di ogni dato periodo. Così si può misurare la partecipazione e l'impatto di un determinato documento, inoltre, questo cessa di essere considerato come un semplice report di eventi e diventa materiale per i media e per l'ana-

lisi storica. Per quanto riguarda l'uso critico dei motori di ricerca e la valutazione delle fonti e dei contenuti, l'origine e l'accuratezza delle informazioni raccolte e la prevenzione su questo argomento di solito è dato dagli educatori. Non ci sono molte specifiche iniziative, ad eccezione di quelle legate alla sicurezza su Internet.

- ICRA (Internet Content Rating Association) con sede nel Regno Unito è un' Organizzazione Internazionale no-profit nata con l'obiettivo di proteggere i bambini dai rischi e dai pericoli della Rete e di informare i genitori sulle misure di sicurezza esistenti. Per raggiungere tale obiettivo l'ICRA ha studiato e prodotto dei programmi «filtro» in grado di classificare e selezionare all'origine i contenuti, il linguaggio e le immagini dei siti web. Il filtro ICRA permette di navigare solo sui siti web conosciuti e quindi sicuri, effettuando un controllo preventivo dei contenuti. Il progetto di realizzazione dei filtri dell'ICRA è stato finanziato dalla Commissione Europea all'interno del Safer Internet Action Plan.

- Web Detective Week, un progetto Svedese in collaborazione con l'imponente rivista «Computer nelle scuole». Un problema difficile è presentato ogni settimana, e il compito è quello di risolvere il problema in questione cercando la risposta su Internet.

4.3. La sicurezza nei giochi on-line

Per quanto riguarda i videogiochi e giochi on-line secondo la Federazione software interattivo di Europa (IFSE), gli psicologi concordano sul fatto che in molti bambini i videogiochi rafforzano il senso di comunità tra giocatori, aggiungendo una dimensione sociale al valore dei giochi. Da un punto di vista didattico, il software interattivo offre agli utenti attività che hanno un valore intrinseco intellettuale e educativo, mag-

gli psicologi concordano sul fatto i videogiochi rafforzano il senso di comunità, aggiungendo una dimensione sociale



giore rispetto a quello offerto dalle forme di intrattenimento tradizionali.

Le iniziative in questo campo sono per lo più gestite dai vari organismi nazionali di autoregolamentazione come ad esempio la Entertainment & Leisure Software Publishers Association nel Regno Unito e il Selbstkontrolle Unterhaltungssoftware in Germania. A livello europeo, il Interactive Software Federation of Europe ha avviato il progetto finanziato dall'Unione europea PEGI On-line, che è un supplemento al sistema PEGI. Mira a fornire ai minori in Europa una migliore protezione da contenuti non adatti di giochi on-line e ad educare i genitori su come garantire la sicurezza nell'ambiente di gioco, attraverso regole sancite dal PEGI On-line Safety Code (POSC).

5. Minori e media

Nel panorama di una rivoluzione multimediale che trasversalmente sta cambiando abitudini, mentalità, modelli e linguaggi, va rimessa al centro del dibattito la tutela di ciò che tocca i minori.

Senza demonizzare i «mezzi» che in quanto tali non sono né buoni né cattivi, è importante puntare sull'analisi del prodotto per individuare i contenuti migliori per bambini e adolescenti.

La televisione è uno strumento che apre finestre di conoscenza sul mondo e se ben utilizzata può diventare una preziosa fonte di stimoli di crescita umana e culturale. Lo stesso vale, a maggior ragione per la «rete» che tutto ingloba e tutto comprende, per i videogiochi dove invece di violenza e mostri si potrebbero (e accade) mettere in scena storie istruttive e dai contenuti interessanti. Vi sono enormi potenzialità di miglioramento dei contenuti di questo vasto campo di produzione multimediale.

«L'educazione ai media dovrebbe essere positiva», così i bambini vengono aiutati a sviluppare la propria opinione, la prudenza e la capacità di discernimento. I bambini devono imparare come guardare la tv e come

usare gli altri media in modo che sia positivo e utile per loro. Come i bambini diventano grandi e come la loro comprensione dei meccanismi dei media si sviluppa, ecco allora che i diversi media possono diventare degli strumenti importanti che i bambini possono usare per esprimere se stessi. Ma è importante che anche gli adulti comprendano il contesto dei media tecnologicamente più aggiornati sia per loro stessi, che per dare un efficace consiglio ai bambini da vari punti di vista: come genitori, come insegnanti.

E' qui importante riconoscere il valore fondamentale dei genitori. Davanti ad un generale scadimento del prodotto televisivo, più forte e vibrata appare la domanda di qualità da parte di un pubblico di famiglie che chiede di essere non più solo un indistinto esercito di utenti silenziosi, ma un pubblico in grado di esprimere preferenze per contenuti formativi e informativi di buon livello.

5.1. Minori e pubblicità

Il problema della tutela dei minori di fronte alla pubblicità, si pone come un sottoproblema del più ampio quadro che regola i non facili rapporti tra media-minori.

Il mezzo televisivo, quindi anche la pubblicità, costituisce fonte di pericolo per i minori e cioè per la maggiore difficoltà da parte dei bambini, soprattutto in età prescolare, a cogliere la riconoscibilità dello spot rispetto al resto della programmazione e della finzione televisiva rispetto alla realtà. Da tali considerazioni non deriva un rifiuto della pubblicità in quanto tale a cui si riconosce invece, laddove svolta correttamente, una positiva funzione nel processo di formazione, crescita critica e socializzazione dei minori, ma la necessità di prevedere un sistema di regole volte a garantirne un uso corretto.

Occorre far comprendere la non trasparenza dei media. Questi sono mezzi che diffondono rappresentazioni della realtà, non ne sono uno specchio fedele, come i soggetti sono indotti a credere. E' fonamen-





tale che i messaggi siano sottoposti a un'operazione di controllo critico.

L'effetto degli spot pubblicitari è tale che in alcuni paesi si stanno prendendo misure drastiche a riguardo; nel Regno Unito ad esempio, sono stati recentemente vietati gli spot pubblicitari nei programmi destinati ai minori sino a 9 anni, dal 1 gennaio 2008 quelli destinati ai ragazzini sino a 15 anni e nel 2009 sono stati vietati in tutti i canali rivolti ai bambini. Nonostante la pubblicità serva a finanziare i programmi, per quelli rivolti ai bambini si troveranno altre fonti; anche in Francia si comincia a seguire una «linea dura» a riguardo: vista l'alta incidenza di pubblicità di merendine, bevande e dolci in genere, ora gli spot per bambini devono essere preceduti da una sorta di avviso orientato ad una corretta alimentazione.

6. Associazioni impegnate in media education: Canada, Italia, Francia e Spagna

6.1. The Association for Media Literacy

Fondata nel 1978, l'Associazione per l'educazione ai media è stata la prima organizzazione globale per insegnanti di educazione ai media in Canada. Ontario ha contribuito a creare numerosi altri organismi provinciali di alfabetizzazione mediatica, tutti i membri della rete nazionale CAMEO (Canadian Association of Media Education Organizations).

The Association for Media Literacy è costituita da insegnanti, bibliotecari, consulenti, genitori, operatori culturali, e professionisti dei media preoccupati per l'impatto dei mass media sulla cultura contemporanea. È un volontario, un'organizzazione no-profit dedicata a promuovere l'educazione ai media come un mezzo per comprendere l'influenza dei media, e l'impatto della rapida evoluzione della tecnologia sulla nostra cultura. Si occupa di aiutare gli studenti a sviluppare una comprensione critica e informata della natura dei mezzi di comunicazione di massa, le tecniche utilizzate dalle industrie dei media, e l'impatto di queste tecniche.

L'educazione ai media mira ad accrescere la conoscenza degli studenti su ciò che riguarda il lavoro

dei media, come producono significato, come sono organizzati, e come questi costruiscono la realtà.

Uno degli obiettivi centrali della AML è quello di fornire ai visitatori l'accesso a una vasta gamma di risorse e ad una comunità di persone interessate e coinvolte in materia di istruzione e alfabetizzazione mediatica.

L'Associazione ha membri provenienti dal Canada, Stati Uniti, e da tutto il mondo, educatori di fama mondiale come John Pungente, Canada; Masterman Len e Buckingham David, Gran Bretagna; Quin Robyn e McMahan Barrie, Australia.

6.2. Med

Associazione Italiana per l'Educazione ai Media e alla Comunicazione che ha dato un impulso decisivo all'intero movimento della Media Education e ha creato in Italia il sistema organizzativo più articolato.

Il MED è tra le prime realtà che in Italia si siano occupate in modo strutturato, sistematico e con consapevolezza scientifica di Media Education, ispirandosi espressamente al movimento internazionale della Media Literacy.

L'Associazione nasce nel 1996, come frutto della sinergica collaborazione di docenti universitari, studiosi di pedagogia e di comunicazione, professionisti dei media e insegnanti, si costituisce come luogo ideale di collegamento e di servizio nel dialogo tra esperti e professionisti della comunicazione, insegnanti ed educatori. Ha sede legale a Roma ma opera su tutto il territorio nazionale con progetti coordinati da referenti regionali.

Presiede il Consiglio direttivo la prof.ssa Gianna Cappello, del dipartimento di Scienze Sociali dell'Università di Palermo, preceduta alla carica, fino al novembre del 2007, dal prof. Roberto Giannatelli, docente emerito di Pedagogia della comunicazione presso l'Università Pontificia Salesiana di Roma.

Ad animare il MED sono docenti degli Atenei di tutta Italia, dei dipartimenti delle Facoltà di Scienze della Formazione e Scienze della Comunicazione, insegnanti della scuola di ogni ordine e grado (la formazione erogata è riconosciuta dal M.I.U.R. con D.M. del 23/09/2003), educatori dei servizi alla persona, studenti universitari ed esponenti delle professioni dei media.



Tra le peculiarità dell'ente rientrano l'autentica prospettiva di networking tra i suoi membri, l'auspicio di essere sempre un movimento attivo e la promozione della circolarità tra ricerca e prassi (lo studio è affiancato alla ricerca-azione sin dal primo progetto sperimentale nella scuola, nel 1991).

6.4. Clemi

Il CLEMI è responsabile per l'istruzione media di tutto il sistema educativo francese dal 1983. La sua missione è di offrire agli studenti un supporto pratico nel campo dei media. Questo obiettivo si basa su una forte partnership tra insegnanti e professionisti dell'informazione. Tutti gli insegnanti, indipendentemente dal loro livello o disciplina, possono ricorrere al CLEMI, sia a livello nazionale che regionale, per la formazione di consulenza o di risorse.

Il CLEMI accompagna gli studenti nella creazione di un supporto educativo, prevede un fondo focalizzato sull'educazione ai media e problemi educativi ad esso associati, un Centro di Documentazione. Questo fondo è costituito da opere di ricerca, di periodici e di articoli.

Il Centro aderisce alla stampa nazionale quotidiana, notizie giovani, riviste e giornali nei loro campi di studio. Il centro di documentazione è stato progettato sin dall'inizio del CLEMI, e ora ha 9.000 documenti indicizzati di cui 4.200 libri, 2300 articoli e 200 studi di ricerca. Queste risorse sono organizzate intorno a temi specifici CLEMI, tra cui:

- La storia, il funzionamento e l'economia dei media.
- Sociologia dei media
- Giovani e media
- Analisi del contenuto / immagine di analisi
- Giornalismo e tecniche giornalistiche
- Pubblicità
- Internet e la rivoluzione digitale
- Media, istruzione e produzione

6.5. Grupo Comunicar

Associazione professionale di giornalisti e docenti andalusi con l'impegno di sostenere e affermare un

uso didattico, critico, creativo dei mezzi di comunicazione nelle aule. La comunità autonoma andalusa è pioniera già dal 1986. Un gruppo di professori e giornalisti della provincia di Huelva, riprese l'idea di sostenere l'utilizzo dei giornali nelle scuole. Appoggiandosi ad un quotidiano provinciale, cominciò a realizzare incontri, giornate e congressi inizialmente di carattere locale e progressivamente di carattere regionale e nazionale. Così si costituì, nel 1987, il «Seminario Prensa Escuela» dentro il Centro di professori di Huelva, che formalmente passeranno a crearsi come associazione legalmente costituita con il nome di «Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación».

Il collettivo, che dal 1996 si chiama Grupo Comunicar, sviluppa inoltre piani di ricerca e di analisi di grande importanza per i professori andalusi, per un migliore uso dei mezzi di comunicazione. Il piano di attuazione più importante, insieme alle attività formative, è la linea di pubblicazione, che ha permesso di sviluppare una vasta gamma di materiale curriculare in un ambito tematico di bassa attuazione nelle linee editoriali private, specialmente per

quanto concerne esperienze, proposte, riflessioni e ricerche realizzate da docenti nelle aule. In questo modo, il Grupo Comunicar scoprì la necessità di promuovere fra i giornalisti e i professori la creazione di piattaforme che permisero di conoscere le innovazioni sviluppate nelle aule o in mezzi di facile applicazione in altri contesti.

La rivista di Media Educación «Comunicar» di ambito nazionale e internazionale, pubblicata puntualmente ogni sei mesi da otto anni si è affermata come una rivista scientifica, integrata nella Rete Iberoamericana di Riviste di Comunicazione e Cultura, oltre ad essere il principale riferimento del Grupo Comunicar.

Comunicar mira, tra i suoi obiettivi, ad una dinamica integrazione curriculare dell'impiego dei mezzi di comunicazione nell'educazione, promuovendo l'intercambio di idee ed esperienze, promuovendo la necessaria collaborazione tra giornalisti e professori e, soprattutto, fornendo orientamento e sostegno a insegnanti di tutti i livelli di istruzione con proposte con-

crete che possano aiutarli a sviluppare i loro programmi, promuovendo inoltre, l'auto-perfezionamento in questo importante ambito di innovazione educativa, che è l'integrazione dell'Educazione ai media. La Rivista «Comunicar», viene pubblicata in tutte le comunità di Spagna, in diversi paesi europei e del continente americano.

Oggi è una piattaforma consolidata di espressione, aperta alla partecipazione e collaborazione di tutti i professionisti in ambito di educazione e comunicazione interessati all'educazione ai media. Ogni numero della Rivista si concentra su un unico tema e contiene, inoltre, una serie di sezioni che comprendono esperienze, proposte, riflessioni, ricerche, piattaforme, immagini, informazioni, materiale didattico e recensioni di libri.

Il Grupo Comunicar sostiene che è sempre più importante la formazione di professori competenti nell'ambito dell'educazione ai media per le proprie esigenze sociali e per quelle del sistema scolastico.

7. Programmi europei

7.1. Euromeduc un dispositivo europeo di scambio nell'ambito dell'educazione ai media

Euromeduc ha per obiettivo di realizzare un dispositivo trasversale di diffusione e valorizzazione dei risultati, riunendo esperti e media educator attorno ad un programma tematico. Vorrebbe così aumentare la qualità e la pertinenza dei progetti di educazione ai media alimentando le reti esistenti con i risultati ottenuti sviluppando delle pratiche di scambio più strutturate e intensive.

Nel 2004, Euromed ha organizzato un congresso europeo, in cui si sono riuniti gli attori di alfabetizzazione mediatica in Belfast. Per portare avanti questo processo di scambio e riflessione Euromeduc, ha organizzato un Secondo Congresso europeo di educazione ai media nel 2009 in Italia, Bellaria, condotto in stretta collaborazione con la rete Euromedialiteracy europea.

Euromeduc darà continuità ad altri progetti europei di ricerca e di ricerca applicata co-finanziati nel

quadro dei programmi E-learning e Safe Internet e che hanno già prodotto dei risultati da valorizzare: Educaunet, EMECE, Log in the media, Mediapro, Media-Educ, Allmedia.

Euromeduc intende promuovere, in Europa, l'educazione ai media. Gli obiettivi sono:

a) predisporre un dispositivo strutturato per lo scambio e la diffusione dei risultati nell'ambito dell'educazione ai media. Riunirà in maniera trasversale, diversi attori di questo ambito: ricercatori, esperti, responsabili educativi, rappresentanti di associazioni, media educator e specialisti dell'educazione ai media in Europa e fuori dall'Europa. Il progetto sarà promosso e organizzato in stretta collaborazione con la rete europea esistente Euromedialiteracy;

b) alimentare e potenziare le reti esistenti permettendo di far circolare e valutare i risultati ottenuti dai programmi di ricerca, dalle buone pratiche e dagli strumenti sviluppati;

c) sostenere l'accesso al network di attori e strutture più piccole al fine di favorire una migliore integrazione europea di queste strutture e permetterà di beneficiare del loro potenziale di innovazione;

d) avviare e strutturare tra gli attori che si occupano a vario titolo di educazione ai media degli scambi più intensivi, strutturati e trasversali, permettendo loro di dialogare efficacemente e di costruire una politica di educazione ai media più vicina ai loro bisogni e alle loro esigenze;

e) identificare i limiti, le opportunità e le azioni da intraprendere e, a partire da queste, proporre delle raccomandazioni di portata educativa, scientifica e politica;

f) assicurare una diffusione ottimale dei risultati di questo progetto grazie alla cooperazione trasversale, anche on-line dei risultati di ricerca e delle buone pratiche.

7.2. Il safer internet: un approccio nazionale coordinato a livello europeo

Il programma Safer Internet è presente in 27 paesi europei. I principali obiettivi sono la sensibilizzazione sui rischi on-line per bambini, genitori, insegnanti



e familiari, offrendo consigli attraverso le linee di assistenza, fornisce inoltre punti di contatto (hot-line) per segnalare contenuti illegali.

7.3. Media4 [ME]

Media4 [ME] è una rete europea, che collega l'educazione ai media con la coesione sociale, il dialogo interculturale e i diritti umani attraverso lo scambio interculturale di buone pratiche e metodologie fra i soci, attraverso la promozione e la condivisione di ricerca e la progettazione di attività congiunte per i più giovani, adulti e minoranze etniche in Europa.

Media4 è il risultato del Programma Europeo Leonardo Da Vinci, progetto finanziato CREMA Plus (2006). Il progetto fu guidato da un'organizzazione olandese Mira Media, creando così, la rete Media4 [Me]: l'educazione ai media per un'Europa multiculturale.

Media4 favorisce la partnership e la cooperazione con i media locali, regionali e nazionali, in quanto questi mezzi sono di grande importanza nelle società multiculturali.

I Media svolgono un ruolo sempre più importante nel settore dell'istruzione come strumento di apprendimento per la raccolta di informazioni e come strumento di produzione educativo. Vi è quindi, un crescente bisogno di allenatori Media, assistenti di educazione ai Media e orientamento nelle scuole e nelle istituzioni culturali-sociali.

- Media4 ha creato il progetto Mediacoaches che mira a sviluppare e introdurre tre nuovi programmi di formazione per gli allenatori dei media, gli educatori e gli assistenti dei media.

- Allenatori Media sarà attiva a sostegno degli insegnanti in collaborazione con il progetto multi-media con studenti dentro e fuori dei programmi scolastici.

- Educatori media sono gli insegnanti specializzati nella didattica dei media per sensibilizzare gli studenti alla formazione professionale.

- Assistenti di educazione ai media sono gli studenti

che hanno partecipato a progetti di educazione ai media e che possono fungere da colleghi e collaboratori in futuri piani di lavoro.

Il progetto mira ad includere Mediacoaches nei programmi di formazione degli insegnanti, nelle scuole, nei Centri Risorse.

7.4. Programma Media

MEDIA è il programma di sostegno dell'Unione europea per l'industria europea dell'audiovisivo. Finanzia iniziative di formazione per i professionisti dell'industria audiovisiva, lo sviluppo di progetti di produzione (lungometraggi, telefilm, documentari, animazione e nuovi media), così come la promozione delle opere audiovisive europee.

Il programma prevede una serie di misure di sostegno per l'industria europea dell'audiovisivo concentrandosi su:

- formazione dei professionisti
- sviluppo di progetti di produzione
- distribuzione di film e di programmi audiovisivi
- promozione di film e di programmi audiovisivi
- sostenere festival cinematografici

7.5. Media mundus

L'Unione europea ha adottato un nuovo programma Media Mundus, un programma di cooperazione internazionale di massima per il settore dell'audiovisivo che rafforzerà i legami culturali e commerciali fra l'industria cinematografica, l'Europa e professionisti dei paesi terzi. L'UE fornirà € 15.000.000 di finanziamenti 2011-2013 per progetti presentati da professionisti dell'audiovisivo provenienti dall'Europa e da paesi terzi. La cooperazione con l'industria cinematografica europea è in forte richiesta in tutto il mondo, come dimostra il successo iniziale dell'azione preparatoria Media International.

Grazie al programma Media Mundus, saranno in crescita le opportunità offerte dalla cooperazione

Grazie al programma Media Mundus, saranno in crescita le opportunità offerte dalla cooperazione mondiale nel settore audiovisivo



mondiale nel settore audiovisivo. Si amplierà la scelta dei consumatori sul mercato europeo e internazionale e si creeranno nuove opportunità di business per i professionisti dell'audiovisivo in Europa e in tutto il mondo.

8. Conclusione

Assistiamo oggi, con interesse e soddisfazione, al moltiplicarsi dei soggetti educativi che integrano alle loro pratiche tradizionali interventi con i media: associazioni, cooperative sociali, scuole di ogni ordine e grado. Ottimo indicatore della maturata consapevolezza della risorsa che i media costituiscono per l'educazione e le agenzie formative.

Dal novembre 2000, nel quadro dell'Agenda di Lisbona, la Commissione delle comunità Europee, ha organizzato tre workshop sull'educazione ai media e ha fornito 3.500.000€ di sostegno finanziario a circa 30 progetti, attraverso l'iniziativa e-Learning.

Queste iniziative hanno dimostrato di essere molto efficaci per aiutare le organizzazioni mediatiche e i professionisti provenienti da diversi paesi europei, hanno permesso di stabilire contatti e creare reti che costituiscono un primo passo verso un proficuo e regolare scambio di conoscenze ed esperienze.

Media Education indica:

- l'educazione con i media, considerati come strumenti da utilizzare nei processi educativi generali;
- l'educazione ai media, che fa riferimento alla comprensione critica dei media, intesi non solo come strumenti, ma come linguaggio e cultura;
- educazione per i media, livello rivolto alla forma-

zione dei professionisti.

Lo scopo della ME è quello di offrire alle nuove generazioni non solo le chiavi per la comprensione dei media, ma anche creare nuovi «artigiani» per una migliore qualità dei media e per un apporto costruttivo della loro cultura alla civiltà degli uomini.

I media collocano il giovane nell'agorà del vivere sociale e democratico, ma anche lo condizionano. Compito della ME, è educare all'attualità, ma anche alla cittadinanza.

I media vanno considerati la nuova lingua, una sorta di koiné che attraversa il mondo. La ME è l'insegnamento della nuova lingua universale.

Sitografia

- www.europarl.europa.eu
- www.ilmediario.it
- www.lastampa.it
- www.admc.tv/mie.htm
- www.minorimedia.it
- www.medialiteracy.com
- www.medmediaeducation.it
- www.media4me.org
- www.clemi.org
- www.euromeduc.eu
- www.grupocomunicar.com
- http://ec.europa.eu/information_society/apps/projects/factsheet/index.cfm?project_ref=SIP-2007-CNH-143705
- www.ec.europa.eu/information_society/media/index_en.htm

