

## Indice

<i>Presentazione</i> .....	9
----------------------------	---

### *parte prima*

#### Media, Cultura, Educazione

Floriana Falcinelli

Per una lettura pedagogica dei media .....	15
1. <i>Il sistema dei media</i> .....	15
2. <i>I media sono opachi</i> .....	23
3. <i>Media, cultura e società</i> .....	30
4. <i>La Media Education</i> .....	33

Fulvio Acanfora

La cultura dei media .....	41
1. <i>Il Novecento</i> .....	42
2. <i>La conoscenza "simultanea"</i> .....	44
3. <i>Il Mostruoso quotidiano</i> .....	45
4. <i>Infanzia: record di abusi su piccolo schermo e Internet</i> .....	46
5. <i>La conversazione audiovisiva</i> .....	48
6. <i>La nera lucentezza della Luna</i> .....	51
7. <i>Avanguardie</i> .....	52
8. <i>Sensorialità dei media</i> .....	54
9. <i>Integrazione</i> .....	56
10. <i>Quali media per la scuola</i> .....	58

*parte seconda*  
L'esperienza del MENS Umbria

Maria Donata Mezzetti	
L'IRRE partner e promotore del progetto .....	65
<i>La struttura del progetto</i> .....	68
 Simona Savelli	
Sviluppo e realizzazione del percorso di ricerca-azione .....	73
 Floriana Falcinelli	
Realizzazione dell'esperienza: contenuti, metodologia e strumenti .....	81
 Cecilia Mazzocchi, Simona Savelli	
I percorsi delle scuole .....	97
1. <i>Primo Circolo didattico di Terni</i> .....	97
2. <i>Primo e terzo Circolo didattico di Gubbio</i> .....	114
3. <i>Scuola dell'infanzia, secondo Circolo didattico di Umbertide</i> .....	144
4. <i>Scuola dell'infanzia, secondo Circolo didattico di Perugia</i> .....	161
5. <i>Scuola elementare "G. Tofanetti" di Valfabbrica</i> .....	174
6. <i>Secondo Circolo didattico di Marsciano</i> .....	199
 Floriana Falcinelli	
Analisi del percorso e riflessioni conclusive .....	215
1. <i>Caratteristiche del contesto scuola e aspetti organizzativi</i> .....	215
2. <i>Caratteristiche didattiche dell'esperienza con i media</i> .....	217
3. <i>Ricaduta dell'esperienza su insegnanti, genitori e bambini</i> .....	218
4. <i>Analisi e qualità didattica del prodotto finale</i> .....	220
 Fulvio Acanfora e Roberto Lazzerini	
Il video scolastico: istruzioni per l'uso .....	221

*parte terza*

La cultura dei media: riflessioni e spunti critici

Roberto Lazzerini	
Nota in margine .....	231
Fulvio Acanfora	
Contro il cinema delle storie .....	253
Roberto Lazzerini	
Eppure. Il racconto prediletto .....	265
<i>Riferimenti bibliografici</i> .....	277

## *Presentazione*

Il libro presenta il lavoro di sperimentazione di percorsi didattici di *media education* realizzati in alcune scuole umbre. Il progetto ha visto la collaborazione tra la Facoltà di Scienze della Formazione dell'Università degli Studi di Perugia, in particolare la cattedra di Tecnologie dell'istruzione e dell'apprendimento, il MED e l'IRRE della Regione Umbria. Al progetto hanno partecipato alcuni Circoli Didattici della Regione Umbria, organizzati in rete.

Esso è nato dalla constatazione che media e scuola rappresentano due tradizioni diverse alle volte contrapposte: la scuola ha, secondo una lunga esperienza, un'attenzione privilegiata al passato, fa uso di testi scritti e di comunicazione faccia a faccia, esalta il ruolo della ragione, dell'analisi e della riflessione, si basa sull'oggettività e sui valori condivisi della Costituzione italiana, si costruisce sulla durata, mira alla formazione del cittadino e dell'uomo integrale.

I media si rivolgono invece all'attualità, fanno leva sull'emozione ed il piacere, si costruiscono sull'effimero, esaltano la soggettività, sono condizionati da pesanti fattori economici e ideologici. Il sistema dei media è pervasivo, plasma mentalità e modelli di vita, è presente nei processi democratici, costituisce una nuova lingua, una nuova cultura. Pertanto scuola e media sono chiamati non solo a confrontarsi, ma a stringere tra loro un'alleanza. La scuola deve sviluppare nel minore una nuova competenza: la competenza mediatica. Essa riguarda tutti i media moderni (dal cinema ad Internet), richiede un vero e proprio apprendimento con contenuti e metodi propri, richiede un curriculum scolastico elaborato in modo collegiale che si inserisca a pieno nel POF della scuola.

Il progetto ha cercato di rispondere a specifici bisogni formativi espressi più volte dagli insegnanti: a) realizzare una metodologia di lavoro cooperativo nella progettazione di percorsi didattici; b) conoscere e comprendere il sistema dei media nella loro complessità; c) conoscere, comprendere e condividere la semiologia dei diversi media; d) favorire la possibilità di dialogo tra bambini e adulti sui media; e) valorizzare il patrimonio simbolico multimediale acquisito dal bambino in modo spontaneo.

Il gruppo di lavoro, costituito da ricercatori universitari, ricercatori IRRE, dirigenti e docenti delle scuole coinvolte si è posto specifici obiettivi: a) progettare e testare un curriculum per l'educazione ai e con i media nei primi tre anni della scuola primaria, in continuità con l'ultimo anno di scuola materna; b) sperimentare un itinerario formativo di ricerca-azione; c) potenziare le capacità degli insegnanti di documentare, monitorare e valutare le esperienze educativo-didattiche realizzate con linguaggi multimediali; d) sviluppare negli adulti (insegnanti e genitori) e nei bambini una capacità di lettura critica dei media e l'adozione di strategie di ricezione più consapevoli.

Il progetto è stato realizzato in due anni, il primo più specificatamente rivolto alla costituzione e formazione del gruppo di lavoro, il secondo rivolto alla realizzazione e al monitoraggio dell'esperienza nelle classi e alla riflessione finale degli esiti conseguiti.

Il volume ripercorre tutte le fasi del lavoro attraverso le molteplici voci che hanno collaborato al progetto. Emergono così linguaggi e registri narrativi diversi, espressione ciascuno di punti di vista, ruoli, esperienze e formazioni diverse ma integrati fortemente dalla comune volontà da un lato di approfondire alcuni aspetti e problemi riguardanti la semiologia dei media, dall'altro di costruire una mappa di significati condivisa rispetto al concetto di progetto didattico e di alfabetizzazione ai media.

## PRESENTAZIONE

La partecipazione dei dirigenti e degli insegnanti è stata molto attiva e questo ci ha permesso di realizzare un efficace percorso di ricerca-azione, ben documentato nel volume, che ha consentito a tutti di riflettere sugli aspetti innovativi della *media education* a scuola.

Siamo convinti, anche per l'impegno assunto dall'IRRE Umbria, che ha fortemente voluto e sostenuto questa pubblicazione, che tutto ciò possa costituire un patrimonio culturale diffuso per le scuole dell'Umbria.

## Nota

Nel testo si utilizzano ancora le espressioni tradizionali *scuola materna*, *scuola elementare*, *scuola media* antecedenti l'entrata in vigore della «Legge Quadro in materia di Riordino dei Cicli dell'Istruzione» (L.30/2000) che prevede l'articolazione dei cicli scolastici in *scuola dell'infanzia*, *scuola di base*, *scuola secondaria*.

*parte prima*

Media, Cultura, Educazione



Floriana Falcinelli

## Per una lettura pedagogica dei media

### 1. *Il sistema dei media*

Le informazioni che sono veicolate in un atto comunicativo hanno bisogno non solo di un codice simbolico, ma anche di un canale e di particolari apparati.

I veicoli su cui viaggiano le informazioni, i segnali, sono entità fisiche (es. corpi fisici, flussi di energia, vibrazioni sonore, correnti elettriche, radiazioni elettromagnetiche). Per trasmettere e ricevere le informazioni sono necessari degli apparati fisici che possano produrre energia ad oggetti, trasferirli e riceverli attraverso un canale e percepirli mediante dei ricettori.

Gli apparati naturali di cui l'uomo è dotato (apparato vocale, movimento degli arti, uditivo e visivo) nel corso del tempo sono stati estesi ed amplificati da apparati artificiali che oggi costituiscono la vasta categoria delle tecnologie della comunicazione.

Tali strumenti, dalla scrittura fino alla televisione e ai computer, sono stati chiamati da Marshall McLuhan *media* (dal latino *medium* che significa "mezzo") (McLuhan 1976).

In senso generale McLuhan definiva *medium* qualsiasi tecnologia che producesse estensione del corpo e dei sensi. Più specificatamente, si può considerare *medium* un dispositivo specializzato per la gestione (elaborazione e trasmissione) di informazioni. È l'interfaccia preposta a trattare il flusso comunicazionale.

In senso più ampio, si può affermare che McLuhan usava il termine *medium* "per indicare il complesso sistema costituito da un apparato tecnologico, dalle relazioni tra tale apparato e i processi percettivi e

cognitivi dell'uomo, dal rapporto tra apparato e linguaggi della comunicazione, dalla funzione che tale sistema assume nel contesto delle relazioni sociali" (Ciotti-Roncaglia 2000:294).

In relazione a questa definizione complessa di media, è possibile offrire qualche spiegazione alla famosa frase di McLuhan "il medium è il messaggio": nel momento in cui la comunicazione viene mediata da un apparato strumentale digitale, le caratteristiche tecniche di questo apparato agiscono sulla modalità con cui l'informazione viene trasmessa e soprattutto su come l'utente la riceve, la gestisce, la rielabora (McLuhan 1967).

Olson e Bruner nel 1974 pubblicano il saggio *Apprendere attraverso l'esperienza, apprendere attraverso i media*, in cui dimostrano, attraverso soprattutto le ricerche di Gabriel Salomon, che a specifici sistemi simbolici di codificazione e comunicazione, utilizzati nei processi di apprendimento, possono corrispondere abilità cognitive particolari.

In questo senso un medium definisce il campo di possibilità in cui possono svilupparsi sia la forma sia i contenuti della comunicazione.

"Il messaggio di un medium e di una tecnologia è il mutamento di proporzioni, di ritmo o di schemi che introduce nei rapporti umani" (McLuhan 1987:12).

Sempre McLuhan ha definito i media "caldi" e "freddi" a seconda del grado di partecipazione che un medium richiede in chi lo utilizza e ne fruisce. Caldi sono i media che non esigono da parte di chi li utilizza una grande partecipazione e freddi quelli che chiedono all'utente un forte coinvolgimento. La "temperatura" di un medium è data dal numero dei canali sensoriali che sono impiegati durante il suo uso e il livello di definizione o di "intensità" con cui sono costruiti i messaggi.

Un media è dunque caldo quando impegna un solo senso e offre messaggi ad alta definizione, cioè molti dati in modo dettagliato che non richiedono all'utente nessuna operazione di integrazione del mes-

saggio durante la percezione, ad esempio, la fotografia, la radio, la scrittura, il cinema.

I media freddi coinvolgono molti canali sensoriali inviando però un messaggio a “bassa definizione”, che chiede all’utente di “completare” l’informazione con una partecipazione attiva. Tra i media freddi, oltre il telefono, McLuhan includeva la televisione, che egli considerava un medium partecipazionale, che impegna l’utente e lo assorbe.

Ulteriori classificazioni dei media riguardano il rapporto tra un medium e il linguaggio che esso veicola: da questo punto di vista si può parlare di media monocodice o pluricodice.

Inoltre, i diversi media si possono caratterizzare per la direzione del rapporto comunicativo e la relazione che riescono ad instaurare tra mittente e destinatario.

Secondo questa logica si può parlare di *media verticali* o *unidirezionali*, nei quali il mittente è unico e i destinatari molti e non esiste normalmente la possibilità per questi di rispondere ad esso e di incidere sul messaggio. I molti destinatari non possono far altro dunque che riceverlo e decodificarlo. In questa categoria rientrano quegli apparati della comunicazione che vengono definiti *mass-media*: televisione, radio, stampa quotidiana e periodica, ma anche cinema e libro.

Vi sono poi i cosiddetti *media orizzontali* in cui esiste una pluralità di mittenti e destinatari che possono scambiarsi i ruoli, per cui ogni atto comunicativo è bidirezionale e assume la forma di dialogo. Il media per eccellenza che può essere inserito in tale categoria è il telefono.

Un’evoluzione dei media orizzontali è costituita dai *media reticolari*. Anche in questo caso esiste una comunicazione tra molti mittenti e molti destinatari che possono scambiarsi il ruolo. Ma la interazione può essere collettiva per cui ciascuno può comunicare con molti altri.

È questo il caso della comunicazione tramite computer e in particolare della rete telematica di Internet. Lo sviluppo tecnologico ha

infatti avuto un importante impulso con l'avvento del digitale che ha profondamente cambiato i rapporti tra i diversi media e l'utente, il ricevente del messaggio. Scegliere un media che utilizza un segnale digitale significa poter cambiare le modalità di approccio e di utilizzo dell'informazione da parte dell'utente.

L'uso del digitale e dunque delle tecnologie informatiche ha permesso l'affermazione di concetti chiave che hanno cambiato radicalmente l'approccio alla cultura.

Termini come *multimedialità*, *interattività*, *ipertestualità* sono entrati nel linguaggio comune e stanno a significare mutamenti non solo tecnologici, ma anche socio-culturali di grande portata che hanno determinato un fenomeno molto diffuso e di grande influenza sull'universo dei media: la *convergenza al digitale*.

L'avvento del digitale ha prima di tutto attribuito un significato nuovo allo stesso concetto di multimedialità che certamente veniva utilizzato anche prima della diffusione del computer per intendere una comunicazione che integra molteplici linguaggi e diversi media.

Un libro illustrato o un audiovisivo può definirsi uno strumento multimediale? Si può accettare l'ipotesi che si possa parlare di una multimedialità "centrifuga" quando si pensa ad un progetto comunicativo che coinvolge e integra media diversi (ad esempio un corso di inglese con videocassette e dispense) e di una multimedialità "centripeta" che sottolinea piuttosto l'integrazione di codici comunicativi ed espressivi diversi.

Ora, mentre nel passato diversi tipi di informazione richiedevano supporti diversi, diversi media, con l'avvento del digitale l'integrazione dei codici può avvenire su un unico medium.

L'avvento del digitale ha imposto così un significato più specifico di multimedialità che sottolinea la possibilità di integrare più sistemi e mezzi simbolici, utilizzati per la comunicazione, in un unico supporto tecnologico, il che rende possibile una fruizione integrata e simultanea

delle conoscenze veicolate da più media, attraverso un unico sistema di comunicazione.

Si è diffuso quindi il concetto di *ambiente multimediale* caratterizzato dalla pluralità dei mezzi e dei sistemi disponibili, dalla flessibilità dei diversi sistemi, in relazione alle necessità, interessi, capacità degli utenti, dalla non chiusura dell'informazione e dalla possibilità che essa offre di suscitare e promuovere processi di ricerca e strategie di *problem solving*.

Il concetto di multimedialità si coniuga dunque con quello di *interattività* che è resa possibile dall'uso del supporto informatico.

Anche in questo caso l'avvento del digitale ha modificato il significato originale del termine che si rapportava a quello più ampio di interazione. L'uomo cresce, apprende e si sviluppa sempre grazie alla costante interazione con la realtà e tutti gli atti comunicativi sono l'esito dell'interazione tra emittente e ricevente. È chiaro però che l'interazione cambia e si connota diversamente in relazione al medium che si utilizza, anche se in ogni caso da parte del ricevente c'è la possibilità di interagire con il messaggio, decodificandolo, interpretandolo e rielaborandolo in modo personale.

L'uso del computer ha esaltato proprio questa capacità di ricevere e di rispondere in modo personale al messaggio, dando la possibilità al ricevente di modificare il messaggio stesso, in relazione alle proprie esigenze.

Per interattività si deve intendere dunque in modo più corretto la caratteristica che assume un processo comunicativo dinamico che avviene utilizzando anche strumenti in grado di modificare l'informazione trasmessa e ricevuta e di operare queste modificazioni in relazione a scelte compiute dai partecipanti al processo comunicativo stesso (Ciotti-Roncaglia 2000:326).

Al centro dunque del concetto di interattività è l'idea di un utente che anziché ricevere l'informazione secondo una modalità esclusiva-

mente unidirezionale, è in grado di compiere scelte che influenzano tipologia e contenuti dell'informazione.

In senso più ampio si può inoltre rilevare che il digitale ha reso possibile la diffusione di una modalità di *comunicazione circolare* tra emittente e destinatario del messaggio.

Un tipo di interattività particolarmente interessante in ambito didattico è quella resa possibile da un oggetto informativo oggi particolarmente diffuso e sulla cui logica si basa la struttura della rete: l'*ipertesto*.

Generalmente si definisce ipertesto un software che consente una gestione non lineare dell'informazione, esso consiste in una serie di blocchi testuali collegati tra loro secondo una logica "di rete" o "di albero" e a vari livelli di approfondimento. La logica fondamentale è quella di un'organizzazione concettuale dell'informazione in una struttura di mappa e di rete.

Questa modalità organizzativa ha trovato proprio nel computer il supporto ideale e nel digitale il linguaggio più duttile per integrare non solo testi alfabetici ma anche iconici e sonori (ipermedia).

Sulla struttura ipertestuale si basa Internet, che può definirsi in fondo un grande ipertesto.

Le implicazioni e le conseguenze dell'ipertesto in ambito didattico sono veramente notevoli. Il lettore diventa esploratore e navigatore in un sistema organizzato di informazioni che prevede associazioni e rimandi facilmente utilizzabili; questo permette a ciascuno di scegliere nella consultazione il percorso di lettura più rispondente ai suoi bisogni cognitivi ed emozionali. Inoltre la possibilità di avere uno svolgimento non sequenziale ma reticolare della organizzazione dell'informazione permette all'utente l'adozione di percorsi di conoscenza reticolari, flessibili, organizzati per nodi e mappe concettuali, che come sappiamo dalla psicologia cognitivista, producono un apprendimento più significativo ed efficace.

Certamente non si può negare che se è vero che l'ipertesto consente al lettore una libertà di scelta tra più percorsi di lettura possibili, questa libertà è legata alle scelte che ha fatto l'autore, ai sentieri che esso ha previsto; si parla infatti di un nuovo potere, il potere di *link*, cioè il potere di creare percorsi e collegamenti. Per questo si sottolinea l'opportunità di avvalersi in ambito didattico di ipertesti aperti che permettano all'utente non solo di utilizzare il più ampiamente possibile e in modo personalizzato le informazioni che l'ipertesto mette a disposizione ma anche la possibilità di avvalersi di una serie di strumenti per trattare l'informazione in modo personale e infine per integrarla, arricchirla in relazione al progredire del processo di conoscenza dell'utente.

Dunque multimedialità, interattività e ipertestualità hanno avuto dall'uso del digitale una caratterizzazione molto interessante ai fini formativi, per il ruolo attivo e partecipante che assegnano al ricevente dell'informazione.

Per questo ritengo che i media tradizionali non possano non avvalersi del digitale, non solo come fatto tecnico, ma soprattutto come possibilità concreta per ridefinire il rapporto ricevente-utente.

Va inoltre ricordato che dal punto di vista tecnico lo sforzo degli ingegneri informatici e degli esperti del design industriale delle multinazionali di elettronica va nella direzione di proporre interfacce sempre più amichevoli e computer con dimensioni e peso contenuti, portabilità massima e collegabili in rete, per cui sarà rapidamente superata la scomodità dello schermo di un computer.

Ugualmente i microprocessori e gli schermi saranno sempre più in grado di trasmettere immagini e suoni di buona qualità e definizione; immagini, testi, suoni e video, tutti questi simboli che già oggi possono essere trasformati in formato digitale lo saranno nel futuro in modo sempre più rapido e tecnicamente perfetto.

Stiamo dunque andando verso l'adozione di un unico medium che diventerà polifunzionale: potremo leggere e scrivere, vedere film, ascol-

tare musica, collegarci in rete, per cercare le informazioni che riteniamo utili e per comunicare, tutto con uno stesso strumento.

Il tutto in modo interattivo e multimediale, usufruendo di un livello di integrazione fra codici totalmente nuovo e di una strutturazione ipertestuale delle informazioni.

Siamo di fronte a quella che qualcuno chiama *rivoluzione digitale* con implicazioni importanti nel modo di porsi nei confronti della cultura e della vita stessa.

Bisogna però ricordare che la *convergenza al digitale* è resa certo possibile dalla disponibilità di certi strumenti ma non è determinata dalla tecnologia: essa è il frutto di una serie di scelte fatte dall'uomo che non deve perdere di vista i valori di fondo del suo essere persona. La rivoluzione digitale deve essere dell'uomo e per l'uomo, come ricorda uno degli inventori del computer in un suo recente e polemico libro (Stoll 1999).

La convergenza al digitale ha imposto ai mass-media tradizionali di rivedere obiettivi e strategie di approccio all'informazione e alla comunicazione. Essi non spariranno ma saranno inevitabilmente costretti a trasformarsi e a ridefinirsi nella logica di un sistema mediale integrato in cui ciascuno potrà mantenere un ruolo solo se farà scelte di qualità, accogliendo, non rifiutando il cambiamento e avviando, proprio sullo stimolo di esso, un processo di ripensamento, di messa in discussione e di ricerca, anche ridefinendo i propri obiettivi, analizzando in modo più attento le proprie peculiarità e potenzialità tecnico-linguistiche e valorizzando i propri punti di forza.

La rivoluzione digitale impone ad ogni medium di riflettere su di sé e di riscoprirsi e nello stesso tempo di cogliere nuove opportunità, di offrire nuovi servizi, di instaurare nuove relazioni con i propri utenti, di ridefinire la propria identità ma non in astratto e in una solitudine orgogliosa, ma in rapporto agli altri media, in rete, dentro un sistema che permette l'arricchimento di tutti.